

PENGARUH SMS MARKETING TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

THE EFFECT OF SMS MARKETING ON CUSTOMER PERCEPTION
(*Study on Telkomsel Customers at the University of Muhammadiyah Yogyakarta*)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

MUHAMMAD NUR ABDUL AZIZ

20180410128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Nur Abdul Aziz

NIM : 20180410128

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH SMS MARKETING TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN TELKOMSEL DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain maka saya bersedia skripsi ini dibatalkan.

Yogyakarta, 27 Januari 2024



Muhammad Nur Abdul Aziz

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan peneliti kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti ucapkan terima kasih. Doa dan dukungan seluruh pihak sangat membantu peneliti dalam melewati kesulitan, hambatan, dan kendala untuk menyelesaikan proses skripsi ini. Tugas akhir ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, menjaga, dan membimbing saya hingga saat ini.
2. Keluarga besar saya yang memberi doa, dukungan, dan juga semangat kepada peneliti.
3. Teman saya Guntur Cahyo Setyawan, dan juga teman-teman seperjuangan yang membantu memberikan doa, semangat, dukungan, dan juga masukan kepada peneliti.
4. Seluruh responden yang sudah berpartisipasi dan juga terlibat dalam berhasilnya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, atas rahmat dan karunia Allah SWT saya bersyukur diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SMS MARKETING TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menggunakan topik ini berdasarkan permasalahan terjadi secara sebenar-benarnya. Diharapkan topik ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan untuk memberikan masukan pengambilan keputusan serta ide dalam melakukan pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Rizal Yahya, S.E., M.Sc., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan penulisan ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam karya tulis ini. Oleh karena itu dengan lapang dada

penulis menerima saran dan masukkan apapun demi perkembangan kemampuan penulis sendiri serta pengembangan penelitian dalam karya tulis ini.

Yogyakarta, 27 Januari 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aziz' with a stylized flourish at the end.

Muhammad Nur Abdul Aziz

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Entertainment</i>	8
2. <i>Informativeness</i>	9
3. <i>Irritating</i>	10
4. <i>Credibility</i>	11
5. Persepsi pelanggan	12
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	16
D. Model Penelitian.....	20
BAB III.....	21
A. Objek Dan Subjek Penelitian.....	21

B. Jenis Data.....	21
C. Teknik Pengambilan Sampel	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	29
BAB IV	33
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	33
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
2. Subjek Penelitian	35
3. Deskripsi Responden	36
B. Uji Kualitas Instrumen.....	38
C. Uji Normalitas	40
D. Uji Regresi Linear Berganda	41
E. Uji Koefisien Determinasi	47
F. Pembahasan.....	48
1. Pengaruh <i>Entertainment</i> Terhadap Persepsi Pelanggan	48
2. Pengaruh <i>Informativeness</i> Terhadap Persepsi Pelanggan.....	49
3. Pengaruh <i>Irritating</i> Terhadap Persepsi Pelanggan	50
4. Pengaruh <i>Credibility</i> Terhadap Persepsi Pelanggan.....	51
BAB V.....	53
A. Simpulan.....	53
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Likert	23
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Independen.....	24
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Dependen	27
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	37
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan.....	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	41
Tabel 4. 7 Tabel Uji Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4. 8 Tabel Uji F (uji kelayakan model/ <i>goodness of fit model</i>).....	44
Tabel 4. 9 Tabel Uji t	45
Tabel 4. 10 <i>Data Output</i> Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna berdasarkan operator di Indonesia tahun 2023..... 2

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	66
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas 40 Responden.....	67
Lampiran 4 Uji Validitas.....	75
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 6 Uji Normalitas Data (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>)	81
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Koefisien Determinasi	82