

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
WARUNG INTERNET ILALANG**

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX TOWARDS
CONSUMERS' DECISION ON THE SELECTION OF
ILALANG INTERNET CAFE**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

DANANG KRISDIANTORO

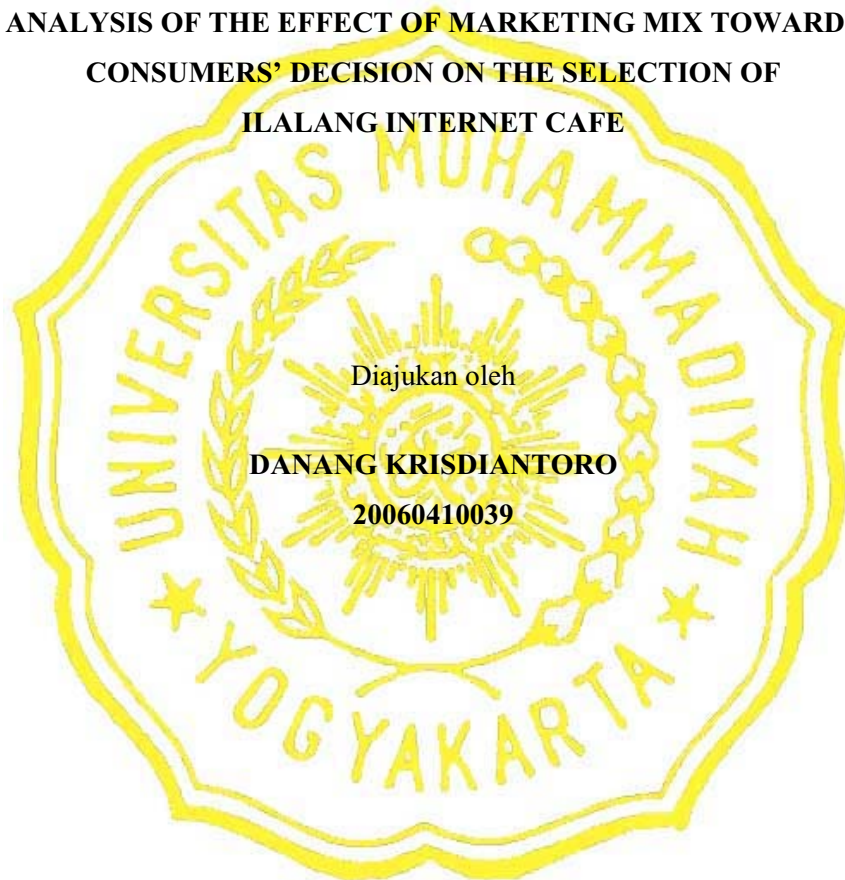
20060410039

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2013**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
WARUNG INTERNET ILALANG**

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX TOWARDS
CONSUMERS' DECISION ON THE SELECTION OF
ILALANG INTERNET CAFE**



Diajukan oleh

DANANG KRISDIANTORO

20060410039

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Dr. Susanto, SE., M.S.
NIK: 130887249

Tanggal 2 Maret 2013

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
WARUNG INTERNET ILALANG**

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX TOWARDS
CONSUMERS' DECISION ON THE SELECTION OF
ILALANG INTERNET CAFE**

Diajukan oleh

DANANG KRISDIANTORO

20060410039

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 24 April 2013

Yang terdiri dari

Dr. Susanto, SE., M.S.
Ketua Tim Penguji

Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

R. R. Sri Handari, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si
NIK: 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Danang Krisdiantoro

Nomor Mahasiswa : 20060410039

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH WARUNG INTERNET ILALANG”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 April 2013

Danang Krisdiantoro

MOTTO

- Tiada Tuhan selain Allah, dan Nabi Muhammad adalah utusan Allah
- “Bersikap sabar dan mengerjakan sholat sebagai penolong Mu. Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat dirasakan, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk” (QS. Al Baqarah : 45)
- “Belajarlh dari masa lalu, hiduplah untuk masa depan. Yang terpenting adalah tidak berhenti bertanya” (Albert Einstein)
- "Adil ka`talino bacuramin ka`saruga basengat ka`jubata" Berbuat adil kepada sesama manusia berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa (dayak kalimantan barat)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Kepada :

Ayahanda Suginah Hadi Purnomo dan Ibunda Raden Roro Siti Nurini, yang telah bertanggung jawab kepada Allah SWT, sebagai orangtua yang terbaik terhadap buah hatinya. Terimakasih yang seluas-luasnya, sebesar-besarnya, setinggi-tingginya, dan yang sedalam-dalamnya kepada Allah SWT atas karunia dan rahmatNya dalam hal tersebut.

Kakanda Yunnezty Krisworo Setyandari, yang menjadi saudari kandung tunggal dan seseorang yang telah berperan penting dalam cara berfikir sehat, serta peranan dalam proses dan penyelesaian studi ini. Terimakasih kepada Allah SWT atas hal tersebut.

Adinda Lenna Anugraheni, sebagai calon pendamping hidup hingga mati, seseorang yang tercinta, yang tersayang, yang terkasih, dan yang sangat terhormat. Mengakui dengan kerendahan hati, bahwa beliau adalah seseorang yang berperan sangat besar dalam penyelesaian skripsi ini, dan juga sangat berperan dalam harapan kebahagiaan, ketenangan dan kesejahteraan hidup. Segala puji bagi Allah SWT atas berkah dan anugrah yang dilimpahkanNya.

Kerabat-kerabat yang terhormat : Kel. R. Anggoro Budiaftanto, Kel. R. Retno Djarwanto, Kel. R. Budiantoro, Kel. R. Rosso Susanto, R. Chandra Surya Nugraha, Kel. Sagiran, Kel. Mat Sallam, Kel. Rajiman, Kel. Inang Nofrianto, Kel. Didik Prasetya, Kel. Sriyono, Kel. Been Alip, Kel. Sigit Aruman, Yosef Datu

Widiarko, dan seluruh kerabat yang telah berpartisipasi, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Sahabat dan teman-teman yang tersayang ; Ilalang dkk, M. Iqbal Fahlevi, Delpha Arigromiko, Kurniawan Saputra, Syamsuri Hr Dahud, Hengky Maryanto, Rizky Putra, Eming Afiatna, Zaki Roni Rizky, Arikha Nofrianto, M. Ramadhan, M. Reza Amanda Pratama, Ardiyansah, Sigit Purnomo, Adi Cubic, Adam, Trisna, Ivan, Anjar, Dhani, Jzula, HMI dkk, SOPINK dkk, KPJ dkk, Faturrahman kost (Ade, Affan Gafar, Arif, Ali, Lika, Pangki, Andre dll), Mutan dkk, BEM FE UMY, dan seluruh teman-teman yang telah berpartisipasi, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Mohon maaf karena tidak bisa menyebutkan satu per satu, kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan bangga dan kerendahan hati, karya tulis ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi tersebut.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam memilih warung internet Ilalang. Penelitian ini faktor-faktor bauran pemasaran meliputi: produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*) dan layanan pelanggan (*customer service*).

Metode penelitian ini adalah penelitian survei. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna warnet Ilalang yang pernah mengunjungi warnet lebih dari 3 kali. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner, yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel faktor produk, harga, lokasi, promosi, dan proses berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan warnet. Variabel promosi mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan konsumen dalam memilih warnet. Sementara hasil analisis regresi ganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel bukti fisik dan layanan pelanggan.

Kata kunci: Keputusan pembelian, bauran pemasaran.

ABSTRACT

This research is purposed to find out the effect of marketing mix towards consumers' decision on the selection of net cafe Ilalang. The factors of marketing mix used in this research consist of product, price, place, promotion, process, physical evidence and customer service.

This research is categorized as survey research, which are using the users of net cafe Ilalang as the population. The sample size is 100 respondents. The purposive sampling method is carried out for selecting the respondents. Respondents are selected according to specific characteristic that is the users of which had been visiting the net cafe Ilalang for more than 3 times. The data of the research is collected by using questionnaire which had been examined its validity and reliability. Descriptive analysis, assumption test and multiple regression Analysis are used as the data analyzing method.

The result of the research show that product, price, place, promotion and process partially and simultaneously have significant effect towards consumers' decision on the selection of net cafe Ilalang. Promotion has dominant effect towards consumers' decision on the selection of net cafe Ilalang. Meanwhile, physical evidence and customer service have no significant effect towards consumers' decision on the selection of net cafe Ilalang.

Keywords: *purchase decision, marketing mix.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH WARUNG INTERNET ILALANG”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. Susanto, SE., M.S., selaku dosen pembimbing, yang dengan segala kesabaran, kerelaan dan keikhlasan hati memberikan saran, membimbing, mengoreksi, dan mendukung selama proses penyelesaian karya tulis ini.
2. Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si dan R.R. Sri Handari, SE., M.Si, selaku dosen penguji, yang telah memberikan kritik, saran dan masukan demi kesempurnaan karya tulis ini.
3. Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, yang pernah memberikan ilmu, wawasan, pengetahuan, dan membuat pola pikir peneliti lebih bijaksana agar dapat berusaha dan berbuat yang terbaik.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah banyak membantu, mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 2 Maret 2013
Penulis

Danang Krisdiantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8

2. Perilaku Konsumen	18
3. Keputusan Pembelian Konsumen	20
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Pengajuan Hipotesis	25
D. Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Populasi dan Sampel Penelitian	32
B. Jenis Data	32
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33
C. Teknik Pengambilan Sampel	33
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Definisi Operasional Variabel	34
1. Variabel Dependen	34
2. Variabel Independen	34
F. Pengujian Instrumen Penelitian	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	38
G. Teknik Analisis Data	38
1. Uji t	39
2. Uji F	40
3. Koefisien Determinansi (R^2)	40

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	42
1. Hasil Uji Validitas	42
2. Hasil Uji Reliabilitas	43
B. Analisis Deskriptif	44
1. Variabel Independen (X)	44
2. Variabel Dependen (Y)	47
C. Analisis Regresi Ganda	48
1. Model Regresi	49
2. Pengujian Hipotesis	50
3. Koefisien Determinasi (R^2)	53
D. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Keterbatasan	57
C. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

4.1. Hasil Uji Validitas	42
4.2. Hasil Uji Reliabilitas	43
4.3. Analisis Deskriptif Variabel Independen (X)	43
4.4. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pemilihan Warnet (Y)	47
4.5. Hasil Uji t Regresi Ganda	48
4.6. Hasil Uji F Regresi Ganda	52
4.7. Hasil Koefisien Determinasi Ganda (R^2)	53

DAFTAR GAMBAR

2.1. Proses Pembelian Model Lima Tahap	21
2.2. Model Penelitian	30

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	61
2. Data Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3. Data Penelitian	66
4. Output Uji Validitas	70
5. Output Uji Reliabilitas	74
6. Output Analisis Regresi Ganda.....	82