

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET 4G SIMPATI DI  
YOGYAKARTA**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF PROMOTION MIX ON PURCHASE DECISION OF  
SIMPATI 4G DATA SIM CARD IN YOGYAKARTA***

***(Empirical Studies is based on Student of Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**DENNY BELLINDO PERDANA KALIMANTARO**

**20090410078**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**2020**

## PERNYATAAN

Nama : Denny Bellindo Perdana Kalimantan  
Nomer Induk Mahasiswa : 20090410078

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET 4G SIMPATI DI YOGYAKARTA”** merupakan hasil penulisan skripsi yang ditulis oleh saya sendiri dengan adanya beberapa kutipan teori dan penelitian terdahulu yang diterbitkan oleh orang lain dan tercantum dalam daftar pustaka. Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung sanksi apabila terdapat pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian penulisan saya.

Yogyakarta, 30 Oktober 2020



Denny Bellindo Perdana Kalimantan

## **HALAMAN MOTTO**

*Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu,  
dan orang-orang yang diberikan ilmu pengetahuan beberapa derajat.  
Sesungguhnya allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

*(Q.S Al- Mujadilah ayat 11)*

*Kita diberi waktu untuk melakukan atau tidak melakukan, dan waktu  
tersebut pasti terlewati.*

*(Danes Jayanegara)*

*Beberapa orang menikmati kebaikan kita dan beberapa orang juga  
menganggap kebaikan kita adalah kelemahan kita.*

*(Penulis)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai ungkapan cinta yang tulus, skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang maha agung karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini.
- Suri Tauladanku Nabi Muhammad SAW. Shalawat dan Salam selalu tercurah kepadamu.
- Papa (Prof.DR. Danes Jaya Negara) dan mama (DR. Ary Yudha) tercinta, terimakasih banyak atas dorongan motivasi, kesabaran, uang kiriman dan do'a nya selama ini untuk saya sehingga bisa menjadi sarjana.
- Adek-adek ku tersayang (Dekdinay, Citra, Boho ) mungkin abang belum banyak bisa kasih contoh yang baik, Terimakasih juga selama ini kalian bertiga sudah menemani abang dalam keramaian dan kesunyian.
- Grup Angkringan Kelik (willy, yogi, hias, topik, romo, jul, kebo) tidak perlu deksripsi, ku tulis nama kalian aja udah sukur. Kayla ku yang cantik yang selalu membantu dan menemani proses revisi penulisan skripsi nya sampai selesai dan Pacar nya yogi (ima) terimakasih atas bantuannya ngajarin bikin bab 4&5.
- Teman perjuangan kuliah (ewin, ari, jalodong, meler, mbah, soni, rio RR, dendi) joss gandos buat kalian yang menemani selama masa perkuliahan.
- Mbah regul, Permadi dan Pak Hari terimakasih atas doa dan dukungannya.
- Sandi Sendok teman seangkatanku, terimakasih atas bantuan wira-wiri dan menyusahkan ku saat melengkapi berkas sampai jadi Sarjana.
- Dosen-dosen fakultas ekonomi terutama dosen-dosen manajemen. Terima kasih banyak sudah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet 4G Simpati Di Yogyakarta”**

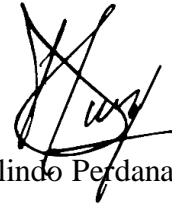
Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Ika Nurul Qamari, SE.,M.Si. yang dengan penuh kesabaran dan pengertian telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan serta jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 30 Oktober 2020



Denny Bellindo Perdana Kalimantan

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	I
<b>HALAMAN PERSTUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	Ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Iv
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	V
<b>INTISARI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	Ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	X
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Bauran Pemasaran.....	13
3. Promosi.....	15
4. Bauran Promosi.....	16
5. Definisi Periklanan.....	18
6. Definisi Penjualan Personal.....	20
7. Promosi Penjualan.....	22
8. Hubungan Masyarakat.....	24
9. Penerapan <i>Public Relation</i> ke dalam <i>Marketing</i> .....	25
10. Pemasaran Langsung.....	27
11. Keputusan Pembelian.....	30
12. Teori Keputusan Pembelian Dalam Model AIDA.....	32
13. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	34

14.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	36
B.	Penelitian Terdahulu.....	40
C.	Kerangka Konseptual.....	43
D.	Hipotesis.....	43
<b>BAB III</b>	<b>METODA PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A.	Pendekatan Penelitian.....	45
B.	Populasi dan Ukuran Sampel.....	46
1.	Populasi.....	46
2.	Sampel.....	46
C.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	48
1.	Bauran Promosi.....	48
2.	Keputusan Pembelian.....	51
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.	<i>Library Study</i> .....	52
2.	Penelitian Lapangan.....	52
E.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	53
1.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	54
2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.	Pengujian Asumsi Klasik.....	57
4.	Pengujian Hipotesis.....	58
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
A.	Gambaran Umum Kartu Perdana Internet 4G Simpati.....	61
B.	Karakteristik Responden.....	62
C.	Deskripsi Item Variabel.....	63
1.	Variabel Bauran Pemasaran.....	63
2.	Variabel Keputusan Pembelian.....	66
D.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
1.	Hasil Uji Validitas.....	67
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	71
E.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
F.	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	74
1.	Hasil Uji Normalitas.....	74
2.	Hasil Uji Non Multikolinearitas.....	75
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76



G.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	78
1.	Hasil Uji Parsial (Uji – t).....	78
2.	Hasil Uji Simultan (Uji – F).....	80
H.	Pembahasan.....	81
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
A.	Kesimpulan.....	88
B.	Saran.....	89
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>
A.	Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	92
B.	Lampiran 2 Tabulasi Data.....	96
C.	Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	120
D.	Lampiran 4 Tabel Regresi.....	132
E.	Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi.....	136

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 <i>Promotional Mix</i> .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu dengan Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	63
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Item Periklanan ( <i>advertising</i> )(X1).....	64
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Item Penjualan Personal ( <i>personal selling</i> ) (X2).....	64
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Item Promosi Penjualan ( <i>sales promotion</i> ) (X3).....	65
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Item Hubungan Masyarakat ( <i>public relations</i> ) (X4).....	65
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Item Pemasaran Langsung ( <i>direct marketing</i> ) (X5).....	66
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Item Keputusan Pembelian (Y)...	66
4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan ( <i>Advertising</i> )(X1)...	67
4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penjualan Personal ( <i>Personal selling</i> )(X2).....	68
4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) (X3) .....	68
4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relations</i> ) (X4).....	69
4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) (X5).....	70
4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.15 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	71
4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.17 Hasil Uji Non Multikolinearitas.....	76
4.18 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	78
4.19 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Pengguna internet Indonesia terbanyak keempat di Asia.....	2
2.1 Model AIDA.....	33
2.2 Lima tahap proses Keputusan Pembelian.....	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	42
4.1 Hasil Uji Normalitas data.....	75
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77