



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK DARI
DUTA NETWORK INDONESIA (DNI) JEMBER**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan
2010 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

Oleh

Al Jhiant Azzmi Arfinsyah

NIM. 080210391024

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK DARI
DUTA NETWORK INDONESIA (DNI) JEMBER**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

Oleh

Al Jhiant Azzmi Arfinsyah

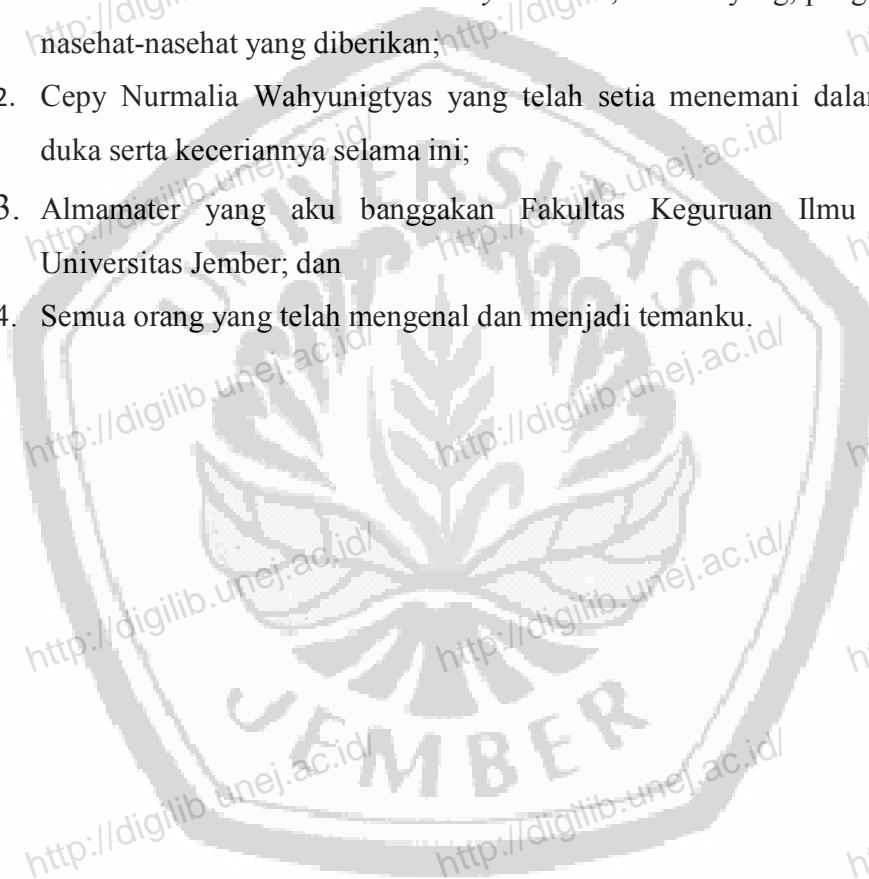
NIM. 080210391024

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibunda *Suharsihdan* Ayahanda *Aschabul Kahfiedan* kakak *Auliana Farrabanie Al-Arsy* atas doa, kasih sayang, pengorbanan dan nasehat-nasehat yang diberikan;
2. Cepy Nurmalia Wahyunigtyas yang telah setia menemani dalam suka dan duka serta keceriaannya selama ini;
3. Almamater yang aku banggakan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember; dan
4. Semua orang yang telah mengenal dan menjadi temanku.



MOTTO

*Hadiah tak selalu terbungkus dengan indah, kadang Allah
membungkus dengan masalah, tapi didalamnya tetap ada
berkah*

(Penulis)

*Jangan menunggu kaya baru, baru bersedekah
Tapi bersedekahlah, maka kita semakin kaya*

(Media Umat)

Jika kita berpikir pasti SUKSES

Maka kita pasti SUKSES

(Penulis)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Al Jhiant Azzmi Arfinsyah

NIM : 080210391024

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk dari Duta Network Indonesia (DNI) Jember** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Januari 2013

Yang menyatakan,

Al Jhiant Azzmi Arfinsyah
NIM 080210391024

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk dari Duta Network Indonesia (DNI) Jember

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata
Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada
Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Al Jhiant Azzmi Arfinsyah
NIM : 080210391024
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2008
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 20 Juni 1990

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk dari Duta Network Indonesia (DNI) Jember** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 10 Januari 2013

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

Anggota :

1. Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002 1.(.....)
2. Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003 2.(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk dari Duta Network Indonesia (DNI) Jember (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Al Jihant Azzmi Arfinsyah, 080210391024; 2012 : 65 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perkembangan teknologi dibidang komunikasi sangat cepat, dapat dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba memberikan produk yang memudahkan konsumen berkomunikasi. Berkembangnya teknologi komunikasi diikuti dengan kebutuhan pulsa yang semakin meningkat. PT. Duta Network Indonesia salah satu perusahaan yang bergerak jasa pengisian pulsa melalui handphone pribadi dengan produk chip penghemat pulsa. Produk chip penghemat pulsa memudahkan konsumen melakukan pengisian pulsa melalui handphone pribadi tanpa harus pergi ke agen pulsa. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kualitas produk dan pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini yang pertama adakah pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk chip dari Duta Network Indonesia. Permasalahan yang kedua yaitu adakah pengaruh yang signifikan dari pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli produk dari Duta Network Indonesia. Permasalahan yang ketiga manakah diantara variabel kualitas produk dan pelayanan yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen membeli produk dari Duta Network Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk dari Duta Network Indonesia. 2) mengetahui ada tidaknya pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli produk dari Duta Network Indonesia. 3) mengetahui diantara kualitas produk dan pelayanan yang memiliki pengaruh paling

dominan terhadap keputusan konsumen membeli produk dari Duta Network Indonesia.

Populasi penelitian adalah mahasiswa/i pendidikan ekonomi angkatan 2008, 2009 dan 2010. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 81 sampel dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian ($n = 30$). Variabel yang diteliti adalah kualitas produk (X_1), pelayanan (X_2), dan keputusan konsumen (Y). Pengumpulan data menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, diperoleh persamaan regresi $Y = -2,308 + 0,230X_1 + 0,213X_2 + e_i$, sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli produk Duta Network Indonesia. Dari hasil uji F atau simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 42,525 dan F_{tabel} sebesar 3,114 maka ($42,525 \geq 3,114$) yang berarti signifikan dan menerima hipotesis alternatif. Hasil pengujian secara parsial variabel pemasaran tradisional diperoleh t_{hitung} sebesar 5,163 dan t_{tabel} sebesar 1,999 dengan nilai signifikansi ($5,163 \geq 1,999$), t_{hitung} sebesar 5,229 dan t_{tabel} sebesar 1,999 untuk variabel via *online* dengan nilai signifikansi ($2,619 \geq 2,023$), hal ini berarti hipotesis alternatif diterima. Koefisien determinan R^2 sebesar 52,2%, sedangkan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Besarnya kontribusi atau sumbangan secara parsial masing-masing adalah 25,7% untuk variabel kualitas produk dan 26,3% untuk variabel pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa variabel pelayanan (X_2) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen (Y).

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Keputusan Konsumen

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk dari Duta Network Indonesia (DNI) Jember (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2008, 2009 dan 2010 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Bambang Suyadi, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Hety Mustika Amy, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Drs. Bambang Suyadi, M.Si selaku dosen pembahas dan Prof. Dr. Bambang Hari P., MA selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Alm. Drs Pramono AS, M.Si yang telah memberikan bimbingan serta memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi dan semoga beliau diterima di sisi-Nya. Amien;

6. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Kedua orang tua tercinta, Ibunda *Suharsih* dan Ayahanda *Aschabul Kahfie* dan kakak *Auliana Farrabanie Al-Arsy* atas doa, kasih sayang, pengorbanan dan nasehat-nasehat yang diberikan;
8. Cepy Nurmalia Wahyunigtyas yang telah setia menemani dalam suka dan duka serta keceriannya selama ini. *You are the best*;
9. Sahabat- sahabat terbaikku (ryan, anim, bisri, yasin, eci) yang bersedia menemani selama masa kuliah dan terima kasih atas kebersamaannya selama ini;
10. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2008 yang senasib dan seperjuangan;
11. Seluruh teman-teman KK-PPL yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini;
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember , 10 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori Dasar Tentang Pemasaran Jasa	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	7
2.3 Teori Dasar Tentang Produk	8
2.4 Teori Dasar Tentang Kualitas Produk	8
2.4.1 Fungsi Produk.....	10
2.4.2 Keistimewaan.....	10
2.4.3 Keandalan.....	11

2.5	Teori Dasar Tentang Pelayanan.....	12
2.5.1	Bukti Langsung.....	13
2.5.2	Jaminan.....	13
2.5.3	Daya tanggap.....	14
2.6	Teori Dasar tentang Keputusan Konsumen dalam Pembelian.....	14
2.6.1	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.6.2	Struktur Keputusan Pembelian.....	19
2.6.3	Pemasaran Jaringan.....	23
2.6.4	Cara Kerja Network Marketing.....	25
2.6.5	Dasar Teori Tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk.	26
2.7	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	27
2.8	Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Rancangan penelitian.....	29
3.2	Penentuan Lokasi Penelitian.....	30
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.3.1	Populasi Penelitian.....	30
3.3.2	Sampel Penelitian.....	31
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4.1	Kualitas Produk.....	31
3.4.2	Pelayanan.....	31
3.4.3	Keputusan Pembelian.....	32
3.5	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5.1	Sumber Data.....	32
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6	Metode Pengolahan Data.....	34
3.6.1	Editing.....	34

3.6.2 Skoring.....	34
3.6.3 Tabulasi.....	35
3.7 Metode Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Validitas.....	35
3.7.2 Uji Realibilitas.....	35
3.7.3 Analisis Deskriptif.....	37
3.7.4 Analisis Inferensial.....	37
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Data Pendukung.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
4.1.2 Gambaran Umum PT. Duta Network Indonesia	41
4.1.2 Data Utama.....	42
4.2 Analisis Deskriptif.....	43
4.3 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54
4.3.2 Uji Realibilitas.....	55
4.4 Analisis Data.....	56
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.4.2 Analisis Garis Regresi.....	57
4.4.3 Uji F.....	58
4.4.4 Uji t.....	59
4.5 Pembahasan.....	60
4.6 Kekuatan dan Kelemahan.....	64
4.4.1 Kekuatan Penelitian.....	64
4.4.2 Kelemahan Penelitian.....	64
BAB 5. PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
Daftar Bacaan.....	66

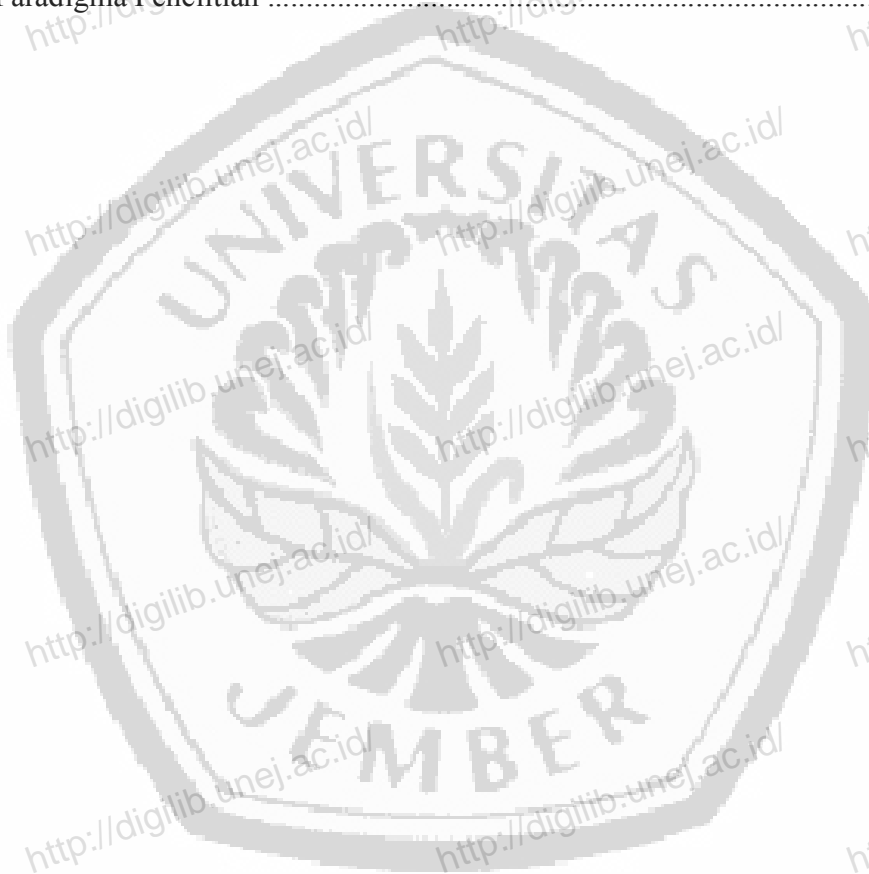


DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Perbandingan pengisian	3
2.2 Perbandingan dengan penelitian terdahulu dan persamaannya	6
3.1 Kriteria r alpha	36
4.1 Distribusi frekuensi kualitas produk	43
4.2 Distribusi frekuensi pelayanan	47
4.3 Distribusi frekuensi keputusan pembelian	52
4.4 Hasil Uji Validitas	54
4.5 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan Dengan Reabilitas Instrumen	55
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.8 Hasil Analisis Garis Regresi	57
4.9 Hasil Analisis Uji F	58
4.10 Hasil Analisis Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Sistem Konvensional	24
2.2 Sistem Network Marketing DNI.....	24
2.3 Kerangka Berfikir	27
3.1 Paradigma Penelitian	30



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matriks Penelitian.....	68
B. Tuntunan Penelitian.....	72
C. Angket Penelitian.....	74
D. Pedoman Wawancara.....	78
E. Data Angket.....	79
F. Tabel SPSS.....	83
G. Tabel r Product Moment.....	93
H. Tabel Nilai F.....	96
I. Tabel Nilai t.....	99
J. Transkrip Wawancara.....	102
K. Daftar Nama Mahasiswa.....	108
L. Foto Kegiatan.....	111
M. Daftar Riwayat Hidup.....	113