



**ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
UNTUK MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA HIPPO
NET JEMBER**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh :

**Dwi Yaniaria A.
NIM : 040810201174**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2008

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Dwi Yaniaria Andriyanti

NIM : 040810201174

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA
INTERNET PADA HIPPO NET JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 02 Juni 2008

Yang menyatakan,

(Dwi Yaniaria A.)

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
UNTUK MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA HIPPO
NET JEMBER

Nama Mahasiswi : Dwi Yaniaria Andriyanti

NIM : 040810201174

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Sriono, MM

NIP. 131 624 476

Dra. Sudarsih, M.Si

NIP. 131 975 315

Ketua Jurusan

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si

NIP. 131 624 474

Tanggal Persetujuan : Juni 2008

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA HIPPO NET JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dwi Yaniaria Andriyanti

NIM : 040810201174

Jurusan: Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

09 Juni 2008

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Achmad Ichwan

NIP. 130 781 340

Sekretaris : Dra. Susanti P., M.Si.

NIP. 132 006 243

Anggota : Drs. Sriono, MM

NIP. 131 624 476

Mengetahui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Sarwedi, M.M

NIP. 131 276 658

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan sebagai rasa terima kasihku kepada:

1. Orang tuaku tercinta yang senantiasa memberikan bimbingan, pengorbanan dan doa yang tiada henti-hentinya.
2. Om Jiang yang telah bermurah hati untuk membiayai kuliah selama ini.



MOTTO

**Setiap saat mengandung seratus pesan dari Tuhan: pada setiap sekali seruan “Oh Tuhan”, Ia menjawab seratus kali “Aku disini”
(Jalaluddin Rumi)**

**You are what you think
(Sumber tidak diketahui)**

**Apapun yang Tuhan berikan padaku, aku yakini bahwa semua itu adalah yang terbaik
(Penulis)**

**Dan prinsip itu dapat diringkas dalam 3 kata sederhana. Pikiran menjadi sesuatu!
(Mike Dooley)**

**Nikmati hidup karena hidup itu sangat luar biasa! Hidup adalah perjalanan yang indah!
(Bob Proctor)**

Abstraksi

Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Variabel-Variabel *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menggunakan Jasa Internet pada *Hippo Net Jember*” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pada variabel bebas yaitu variabel-variabel *marketing mix* yang berupa pelayanan jasa (X_1), tingkat harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4), karyawan (X_5), bukti fisik (X_6) serta proses (X_7) terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember* baik secara simultan maupun parsial serta untuk menentukan manakah diantara variabel-variabel tersebut yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember*.

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak lima puluh responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas (metode *Pearson*), uji reliabilitas (metode *Cronbach Alpha*), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan analisis koefisien determinasi berganda disesuaikan.

Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh pada variabel-variabel *marketing mix* yang berupa pelayanan jasa (X_1), tingkat harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4), karyawan (X_5), bukti fisik (X_6) serta proses (X_7) terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember* secara simultan terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pada tabel *Anova* dimana F_{hitung} sebesar 22,563 dan F_{tabel} 2,2371. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,563 > 2,2371$) pada $\alpha=5\%$ maka H_0 ditolak. Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada variabel-variabel *marketing mix* yang berupa pelayanan jasa (X_1), tingkat harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4), karyawan (X_5), bukti fisik (X_6) serta proses (X_7) terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember* secara parsial hanya dapat diterima untuk tiga variabel saja yaitu tingkat harga, promosi, dan karyawan. Sedangkan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel tempat (X_4) adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember* tidak terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel tingkat harga (X_2) adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada *Hippo Net Jember*. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis regresi linier berganda, dimana nilai variabel tingkat harga (X_2) memiliki nilai yang terbesar yaitu 1,050 dibandingkan dengan nilai variabel lainnya.

Kata kunci: *marketing mix*, keputusan konsumen, jasa internet

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Internet Pada Hippo Net Jember”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan penulis. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Sriono, MM selaku Dosen Pembimbing I untuk semua kemurahan hati dan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dra. Sudarsih, M.Si selaku Dosen Pembimbing II untuk semua bimbingan, masukan, dan ketelitiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Agus Priyono, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan selama proses kuliah penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan perhatian dalam mentransformasikan ilmunya.
7. Kedua orang tua, kakak, dan adik-adikku tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, perhatian, dan dukungan untukku selama ini.
8. Om Imam sekeluarga untuk semua kebaikan dan kasih sayang yang telah diberikan.

9. Om Hendra, untuk kepercayaan dan motivasi sehingga membuat Yeni bisa jadi lebih baik lagi.
10. Sahabat-sahabatku: Leti, Dian, Intan, dan Xc, untuk semua perhatian, kebersamaan, dan dukungan kalian selama ini.
11. Teman-temanku Manajemen 2004 khususnya Pandu, Adi, dan Bowo, untuk kebersamaan dan bantuan kalian selama ini. Semoga kita semua sukses!!!
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, untuk semua bantuan, perhatian, dorongan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.3 Ruang Lingkup Jasa.....	13
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	16
2.2.5 Internet	28

2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis	35
BAB 3. METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Identifikasi Variabel	38
3.6 Definisi Operasional Variabel	38
3.7 Skala Pengukuran	40
3.8 Metode Analisis Data	41
3.8.1 Uji Instrumen	41
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8.4 Uji Hipotesis	45
3.8.5 Analisis \bar{R}^2	46
3.9 Alur Pemecahan Masalah	48
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.2 Lokasi	51
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Jabatan	51
4.1.4 Personalia	52
4.1.5 Karakteristik Responden	52
4.2 Hasil Analisis Data	54
4.2.1 Uji Instrumen	54

4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.2.4 Uji Hipotesis.....	61
4.2.5 Analisis \bar{R}^2	66
4.2.4 Alur Diagram Hasil Penelitian.....	67
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.4.1 Pengaruh Secara Simultan dan Parsial.....	68
4.4.2 Variabel yang Memiliki Kontribusi Paling Besar.....	71
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Saat ini dengan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	42
Tabel 3.2 Ketentuan Uji Durbin-Watson	44
Tabel 4.2 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4.3 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode <i>Glejser</i>	58
Tabel 4.9 Ketentuan Uji <i>Durbin-Watson</i>	58
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.12 Uji t.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2	Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa 16
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen atau Pembeli 17
Gambar 2.4	Model Lima Tahap Proses Membeli 19
Gambar 2.5	Komponen Dasar Proses Evaluasi Alternatif 24
Gambar 2.6	Proses Perilaku Konsumen 25
Gambar 2.7	Kerangka Konseptual 34
Gambar 3.3	Alur Pemecahan Masalah 48
Gambar 4.1	Struktur Organisasi <i>Hippo Net</i> Jember 51
Gambar 4.11	Kurva Normal Uji F 61
Gambar 4.13	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_1 63
Gambar 4.14	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_2 63
Gambar 4.15	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_3 64
Gambar 4.16	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_4 64
Gambar 4.17	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_5 65
Gambar 4.18	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_6 65
Gambar 4.19	Kurva Normal Uji t untuk Variabel X_7 66
Gambar 4.20	Alur Diagram Hasil Penelitian 67

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
4.6 Uji Normalitas.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Rekapitulasi Jawaban	78
B. Uji Validitas	80
B.1 Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	80
B.2 Variabel Pelayanan Jasa (X^1).....	81
B.3 Variabel Tingkat Harga (X^2).....	81
B.4 Variabel Promosi (X^3).....	82
B.5 Variabel Tempat (X^4).....	82
B.6 Variabel Karyawan (X^5).....	83
B.7 Variabel Bukti Fisik (X^6)	83
B.8 Variabel Proses (X^7).....	84
C. Uji Reliabilitas	85
C.1 Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	85
C.2 Variabel Pelayanan Jasa (X^1).....	85
C.3 Variabel Tingkat Harga (X^2).....	85
C.4 Variabel Promosi (X^3).....	86
C.5 Variabel Tempat (X^4).....	86
C.6 Variabel Karyawan (X^5).....	86
C.7 Variabel Bukti Fisik (X^6)	86
C.8 Variabel Proses (X^7).....	87
D. Analisis Data	87
D.1 Analisis Determinasi Berganda Disesuaikan, Uji Autokorelasi, dan Uji F.....	87
D.2 Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji Multikolinieritas.....	88
D.3 Uji Heteroskedastisitas.....	89
D.4 Uji Normalitas.....	89