



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK BERLANGGANAN INDOVISION
PADA PT MNC SKY VISION PROBOLINGGO
TAHUN 2013**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Untuk menyelesaikan S1 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:
Rizky Sugiho Pribadi
NIM 090210301019

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Karya ini merupakan sebagian dari rangkaian proses yang masih panjang. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, serta do'a dari orang-orang tersayang karya ini dapat terselesaikan.

Dengan rasa syukur dan tulus hati saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibunda Sri Liestyowati dan Ayahanda Happy Yuwono Edy yang telah memberikan perhatian, do'a, dukungan, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang yang tiada terputus;
2. Adikku Raka Adji Prasetyo dan Rafly Fathurrozy yang telah memberikan semangat, do'a dan kasih sayang tiada henti;
3. Harliana Yanuar Indahwati yang telah memberiku semangat dan kasih sayang yang tulus;
4. Almamater kebanggaanku Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;

MOTO

“Kualitas diri anda dinilai dari bagaimana diri anda, bukan apa yang anda miliki”

(Thomas Alva Edison)

“Kualitas bukanlah suatu kebetulan, kualitas selalu berasal dari usaha yang cerdas.”

(John Ruskin).

“Ketika mengambil suatu keputusan, berusahalah segera mewujudkannya, meskipun mulai dari sesuatu yang kecil. Itu akan cukup menjadi pemacu semangat.”

(Napoleon Hill)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Sugiho Pribadi

NIM : 090210301019

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berlangganan Indovision Pada PT MNC SKY VISION Probolinggo Tahun 2013”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Februari 2014

Yang menyatakan,

Rizky Sugiho Pribadi

NIM 090210301019

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK BERLANGGANAN INDOVISION
PADA PT MNC SKY VISION PROBOLINGGO
TAHUN 2013**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan S1 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Nama : Rizky Sugiho Pribadi
NIM : 090210301019
Angkatan : 2009
Tempat tanggal lahir : Probolinggo, 23 Juli 1991
Jurusan/program : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berlangganan Indovision Pada PT MNC SKY VISION Probolinggo Tahun 2013**” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari/ Tanggal : Jum’at, 14 Februari 2014

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember,

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

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berlangganan Indovision Pada PT MNC SKY VISION Probolinggo Tahun 2013. Rizky Sugiho Pribadi; 090210301019; 2014; 61 Halaman; Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

TV (televisi) saat ini adalah alat media atau komunikasi yang populer dan berpengaruh yang tidak dapat dipindahkan dalam kehidupan sehari-hari. Televisi tidak akan berguna tanpa ada saluran televisi yang mendukung. Dengan televisi kita dapat dengan mudah menyaksikan dan mengetahui serangkaian informasi-informasi yang kita perlukan dengan cepat tanpa harus berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Berbedanya kontur diberbagai wilayah di Indonesia yang meliputi wilayah : bukit, sungai, lembah, dan gunung menyebabkan daya jangkau suatu informasi tidak sama dan membutuhkan penataan serta tambahan infrastruktur yang lebih baik. Kesulitan daya jangkau informasi yang akan disampaikan pada wilayah-wilayah yang sulit tersebut menyebabkan munculnya TV berlangganan.. Di Probolinggo, banyak sekali TV berlangganan yang bermunculan Salah satu TV berlangganan yang berkembang pesat pada beberapa tahun ini adalah TV berlangganan Indovision. Banyaknya pesaing mengharuskan Indovision terus melakukan inovasi agar pelanggan tidak pindah memilih TV berlangganan lain. Kualitas produk dan promosi merupakan focus yang dilakukan TV berlangganan untuk meningkatkan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan Indovision pada PT MNC SKY VISION Probolinggo dan 2) Untuk mengetahui diantara variabel kualitas produk dan promosi yang lebih dominan terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan Indovision pada PT MNC SKY VISION Probolinggo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *Purposive Area* yang dilaksanakan di PT. MNC SKY VISION Probolinggo dan penentuan responden penelitian menggunakan *purposive*

sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Angket dalam penelitian ini sebelumnya diuji dengan menggunakan uji Validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial (uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 0,05 yang dibantu dengan menggunakan program *SPSS 18,00 for windows*).

Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan $\hat{y} = 1,493 + 0,482X_1 + 0,234X_2 + e_i$ dengan R^2 (*R square*) sebesar 0,769. Uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 128,436 dan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 3,115 dengan menggunakan kriteria pengujian yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas (Kualitas Produk dan Promosi) secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan Indovision. Besarnya pengaruh tersebut sebesar 76,9%. Sedangkan secara parsial, kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 40,214 %, dan promosi sebesar 36,675%.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh, maka disimpulkan bahwa: 1) kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan Indovision sebesar 76,9% dan 2) kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan Indovision sebesar 40,214 %.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berlangganan Indovision Pada PT MNC SKY VISION Probolinggo Tahun 2013”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS;
3. Dr. Sri Kantun, M. Ed selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS;
4. Dr. Sukidin, M. Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi;
5. Dra. Sri Wahyuni, M.Si dan Titin Kartini, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian hingga selesainya penulisan skripsi ini;
6. Dra. Retna Ngesti S, M.P dan Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku Dosen Pembahas dan Penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan terhadap skripsi ini;
7. Pimpinan PT MNC SKY Indovision Probolinggo yang telah memberikan izin penelitian;
8. Ayah, Ibu, dan Adik-adikku yang selalu memberi semangat, do’a dan dukungan untukku dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
9. Nenek tercinta yang selalu memberi dukungan doa;
10. Harliana Yanuar Indahwati yang selalu setia menemaniku dan memberiku semangat selama menyelesaikan tugas akhir ini;

11. Teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2009 Fajar, Teguh, Mamen , Mega, Yoga, Iwan, Yayan, terimakasih atas semangat dan semua kenangan selama ini;
12. Sahabat serta keluargaku di Jember Bintang, Ringgih, Gilang, Ujank, Fiqqih, Fajar, Bagus, Shilla, Nadia, Prawita, Terimakasih untuk canda tawa dan semangatnya;
13. 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 skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 14 Februari 2014

Penulis