

## KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Allah S.W.T, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bauran Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Super 3G+ (Studi Kasus Pada Konsumen Indosat di Gerai Indosat Asia Afrika Bandung)**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Program Studi S1 di Sekolah Administrasi dan Keuangan di Telkom University , dan untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan, dorongan, dan semangat, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterimakasih kepada:

1. Bapa Tri Indra,S.Sos,M,Si, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh dorongan semangat dan kesabarannya selama ini meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu dalam bimbingan dan pengarahan kepada penulis sampai menyelesaikan skripsi ini.
2. Mamam dan Papap tersayang yang senantiasa memberikan dukungannya dan mendoakan penulis dalam setiap kesempatan tanpa mengenal lelah, yang selalu memberikan doa, tenaga dan materi serta motivasi yang tak terhingga kepada penulis dan kedua kakakku tersayang Firmathikasari dan Mira yang selalu memberikan doa dan semangatnya kepada saya.
3. Adhitya Noorpriawan yang selama ini selalu memberi semangat, dukungan, dan motifasi kepada penulis
4. Kepada teman-teman seperjuangan saya, yaitu Fitriani, Mersari, Niko, Fahri, Agung dan Adbis 2008 lainnya yang telah mendukung untuk memberikan pengalaman dan pelajaran berharga dalam hidup saya.
5. Ibu Nurafni Rubiyanti,SMB.,MBA dan bapa Ari Widodo,SE.,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan kepada penulis.
6. Dan pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moral maupun materil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidak sempurnaan, Namun demikian dengan segala keterbatasannya semoga dapat berguna bagi yang membutuhkan.

Bandung 10 Januari 2013

Hilda Wigunarti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Gambaran Umum Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
1.1.1 Sejarah Singkat PT Indosat .....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT Indosat .....	1
<b>1.2 Latar Belakang Permasalahan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6 Sistematik Penulisan Tugas Akhir</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II Tinjauan pustaka</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Kajian Teori</b> .....	<b>5</b>
2.1.1 Pengertian Promosi .....	5
2.1.1.1 Tujuan Promosi .....	5
2.1.2 Bauran Promosi.....	6
2.1.2.1 Public Relations (Hubungan Masyarakat) .....	6
2.1.2.2 Advertising (Periklanan) .....	7
2.1.2.3 Sales Promotion (Promosi Penjualan).....	7
2.1.2.4 Personal Selling (Penjualan Personal) .....	7
2.1.2.5 Direct Marketing (Pemasaran Langsung) .....	8
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian .....	8
2.1.3.1 Definisi Proses Keputusan Pembelian .....	8
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian .....	9
2.1.3.3 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	10
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>15</b>

2.4	Hipotensi Penelitian .....	16
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	16
<b>BAB III Metode penelitian .....</b>		<b>17</b>
3.1	Metode Penelitian .....	17
3.2	Operasional Valiabel .....	17
3.3	Tahap Penelitian .....	18
3.4	Populasi dan Sampel .....	18
	3.4.1 Populasi .....	19
	3.4.2 Sampel .....	19
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	20
	3.5.1 Sumber Data .....	20
	3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.6	Validitas dan Reliabilitas .....	21
	3.6.1 Uji Validitas .....	21
	3.6.2 Uji Reliabilitas .....	22
3.7	Teknik Anlisis Data .....	24
	3.7.1 Analisis Deskriptif .....	24
	3.7.2 Methode Successive Interval (MSI) .....	24
	3.7.3 Analisis Linier Sederhana .....	25
	3.7.3 Analisis Koefiensi Determinasi .....	26
	3.7.4 Uji Hipotesis .....	26
<b>BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....</b>		<b>27</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	27
	4.1.1 Jenis Kelamin .....	27
	4.1.2 Usia .....	27
	4.1.3 Pekerjaan .....	28
4.2	Hasil Penelitian .....	27
	4.2.1 Bauran Promosi Indosat di Kota Bandung .....	29
	4.2.1.1 Public Relation (Hubungan Masyarakat) .....	29
	4.2.1.2 Advertising (Periklanan) .....	30
	4.2.1.3 Sales Promotion (Promosi Penjualan) .....	31
	4.2.1.4 Personal Selling (Penjualan Personal) .....	33
	4.2.1.5 Direct Marketing (Pemasaran Langsung) .....	34
	4.2.2 Proses Keputusan Pembelian Produk Indosat di Kota Bandung .....	35
	4.2.2.1 Pengenalan Masalah .....	35
	4.2.2.2 Pencarian Informasi .....	36
	4.2.2.3 Evaluasi Alternatif .....	37
	4.2.2.4 Keputusan Pembelian .....	38
	4.2.2.5 Perilaku Pasca Pembelian .....	39

4.2.3 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk .....	41
4.2.3.1 Analisis Regresi Liner Sederhana .....	41
4.2.3.2 Uji Hipotesis .....	42
4.2.3.3 Koefisien Dertiminasi .....	43
<b>BAB V Kesimpulan Dan Saran .....</b>	<b>44</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>44</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>44</b>
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	44
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>46</b>

## Daftar Tabel

Tabel 1.2: Paket Super Internet Kuota .....	2
Tabel 1.2: Internet Unlimited .....	3
Tabel 2.1: Skripsi Terdahulu.....	10
Tabel 2.2: Artikel Dalam Jurnal Nasional .....	12
Tabel 2.3: Artikel Dalam Jurnal Internasional .....	14
Tabel 3.1: Operasional Variabel Bebas .....	17
Tabel 3.2: Operasional Variabel Terikat .....	18
Tabel 3.3: Standar Penilaian Untuk Validasi .....	22
Tabel 3.4: Interpretasi Realiabilitas .....	23
Tabel 3.3: Skala Interval.....	24
Tabel 4.1: Skala Nilai Interval .....	29
Tabel 4.2: Tanggapan Responden Mengenai Public Relations (hubungan masyarakat) .....	29
Tabel 4.3: Tanggapan Responden Mengenai Advertising (Periklanan) .....	30
Tabel 4.4: Tanggapan Responden Mengenai Sales Promotion (Promosi Penjualan) .....	31
Tabel 4.5: Tanggapan Responden Mengenai Personal selling (penjualan personal) .....	32
Tabel 4.6: Tanggapan Responden Mengenai Direct marketing (pemasaram lamgsung) .....	33
Tabel 4.7: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Bauran Promosi.....	34
Tabel 4.8: Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah.....	35
Tabel 4.9: Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi .....	36
Tabel 4.10: Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Alternatif.....	37
Tabel 4.11: Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.12: Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pasca Pembelian .....	39
Tabel 4.13: Tabel Persamaan Regresi Sederhana .....	41
Tabel 4.14: Tabel Persamaan Uji t .....	42
Tabel 4.15: Uji Koefisien Determinasi .....	43

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 : Logo Indosat.....	1
Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembeli .....	8
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran .....	15
Gambar 3.1 : Tahap Penelitian .....	19
Gambar 4.1 : Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Gambar 4.2 : Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	28
Gambar 4.3 : Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	28
Gambar 4.6 : Garis Kontinum Public Relations (hubungan masyarakat).....	30
Gambar 4.7 : Garis Kontinum Advertising (Periklanan) .....	31
Gambar 4.8 : Kesesuaian dengan Sales Promotion (promosi penjualan) .....	32
Gambar 4.9 : Garis Kontinum Personal Selling ( Penjualan Personal) .....	33
Gambar 4.10 : Garis Kontinum Direct marketing (pemasaram lamgsung) .....	34
Gambar 4.11 : Garis Kontinum Variabel Bauran Promosi.....	35
Gambar 4.12 : Garis Kontinum Pengenalan Masalah .....	36
Gambar 4.13 : Garis Kontinum Pencarian Informasi .....	37
Gambar 4.14 : Garis Kontinum Evaluasi Alternatif.....	38
Gambar 4.15 : Garis Kontinum Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 4.16 : Garis Kontinum Perilaku Pasca Pembelian .....	40

## **Daftar Lampiran**

LAMPIRAN 1 Kuesioner

LAMPIRAN 2 Hasil Pengolahan SPSS