

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN, INDIVIDU
KONSUMEN DAN LINGKUNGAN TERHADAP PEMAKAIAN JASA
WARNET DI SEKITAR KAMPUS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



Oleh

BAMBANG NORMANSYAH

20010410224

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN, INDIVIDU
KONSUMEN DAN LINGKUNGAN TERHADAP PEMAKAIAN JASA
WARNET DI SEKITAR KAMPUS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

BAMBANG NORMANSYAH

20010410224

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Dr. Suwanto, M.S.

Tanggal : 8 MARET 2011

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN, INDIVIDU
KONSUMEN DAN LINGKUNGAN TERHADAP PEMAKAIAN JASA
WARNET DI SEKITAR KAMPUS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA

Diajukan oleh

BAMBANG NORMANSYAH

20010410224

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 25 April 2011

Yang terdiri dari:

Susanto
Dr. Susanto, M.S.

Ketua Tim Penguji

Wihandaru
Drs. Wihandaru, M.Si.

Hasnah Riniyati
Hasnah Riniyati, SE., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Bambang Normansyah

Nomor Mahasiswa : 20010410224

Menyatakan bahwa judul skripsi ini dengan judul: “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran, Individu Konsumen dan Lingkungan Terhadap Pemakaian Jasa Warnet di sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut

HALAMAN MOTTO

- Kita adalah pelukis dari potret diri kita masing-masing. Kita akan menjadi apa nantinya ditentukan oleh sikap kita, perbuatan kita dan segala sesuatu yang kita pelajari.
- Jika kita melihat diri kita, kita akan menemukan apa yang kita inginkan didalamnya.
- Tataplah masa depan, Jangan takut akan ide gila-mu, Jangan pernah takut untuk berbuat, Keberanianmu adalah keberhasilanmu.
- Dan bertakwalah kepada Allah yang telah menganugerahkan kepadamu apa yang kamu ketahui. (Q.S Asy Syu'raa : 132).

Skripsi ini kupersembahkan untuk orang-orang yang berarti dalam hidupku :

- ❖ Kedua orang tuaku Ayahku "Abu Acher Hamid" dan Ibuku "Sri Suarti"
- ❖ Kakakku "Sophian A.S, Dwi Nur Chahya, Tri Maryanti, dan Julianti"
- ❖ Keluarga besarku di Merauke

Almamaterku

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari bauran pemasaran, individu konsumen, dan pengaruh lingkungan terhadap keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta baik secara simultan maupun secara parsial, serta mengetahui variabel perilaku konsumen yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pemakaian jasa warnet.

Penelitian ini mengambil sampel dari mahasiswa dan siswa dengan lokasi warnet di sekitar kampus UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang diambil adalah 100 orang.

Dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa 1) terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet, 2) terdapat pengaruh individu konsumen terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 3) secara simultan terdapat pengaruh lingkungan terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 4) terdapat bauran pemasaran, individu konsumen, dan lingkungan secara bersama-sama terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb

Pertama dan yang paling utama kita panjatkan rasa syukur kepada kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan nikmat Iman, Islam, dan Ikhsan-NYA kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proses pencapaian cita-cita (skripsi) dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran, Individu Konsumen dan Lingkungan Terhadap Pemakaian Jasa Warnet di sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”. Shalawat beriring salam selalu terucapkan dari hati yang ikhlas kepada tauladan sejati ummat, Nabi Muhammad Rasulullah SAW yang hadir untuk membuat suatu sejarah dan perubahan bagi tatanan kehidupan manusia.

Skripsi disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian ini tidak lepas dari saran, bimbingan maupun bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing

Akademik terima kasih atas bimbingannya dan sebagai wali kelas D angkatan

3. Bapak Dr. Susanto, S.E., M.S., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membantu mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran-saran, dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu kelancaran dan kesuksesan dalam penyusunan tugas akhir ini.

Besar harapan penyusun semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi

..... pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Jasa	8
2. Bauran Pemasaran.....	10
3. Perilaku Konsumen	16
a. Faktor Individu	17
b. Faktor Lingkungan	22
4. Keputusan Pembelian.....	26
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Hipotesis	34
D. Model Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

A. Subyek Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Uji Kualitas Instrumen.....	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	43
1. Analisis Data.....	42
2. Uji Hipotesis.....	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Responden.....	46
B. Analisis Data.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	51
C. Uji Hipotesis.....	52
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
2. Uji F (Uji Simultan).....	54
3. Uji t (Uji Parsial).....	55
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	56
D. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61

DAFTAR TABEL

3.1. Kisi-kisi Kuesioner	40
4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku.....	47
4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	47
4.4. Uji Validitas Bauran Pemasaran	49
4.5. Uji Validitas Faktor Individu.....	50
4.6. Uji Validitas Lingkungan.....	50
4.7. Uji Validitas Keputusan Pemakaian Warnet	51
4.8. Uji Reliabilitas Data.....	52
4.9. Hasil Regresi Linier Berganda.....	53
4.10. Hasil Uji F.....	54
4.11. Hasil Uji t.....	55
4.12. Hasil Koefisien Determinasi	56