

**PENGARUH PROMOSI, SUMBER REFERENSI DAN PERILAKU PENCARIAN
INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA DI
YOGYAKARTA)**



Ditulis oleh

Nama : M. Zaky Khairuddin
NIM : 04311258
Program Studi : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2012

**PENGARUH PROMOSI, SUMBER REFERENSI DAN PERILAKU PENCARIAN
INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA DI
YOGYAKARTA)**



Ditulis oleh

Nama : M. Zaky Khairuddin
NIM : 04311258
Program Studi : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2012

**PENGARUH PROMOSI, SUMBER REFERENSI DAN PERILAKU PENCARIAN
INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA DI
YOGYAKARTA)**

Di tulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI



Oleh :

Nama : M. Zaky Khairuddin
NIM : 04311258
Program Studi : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2012**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

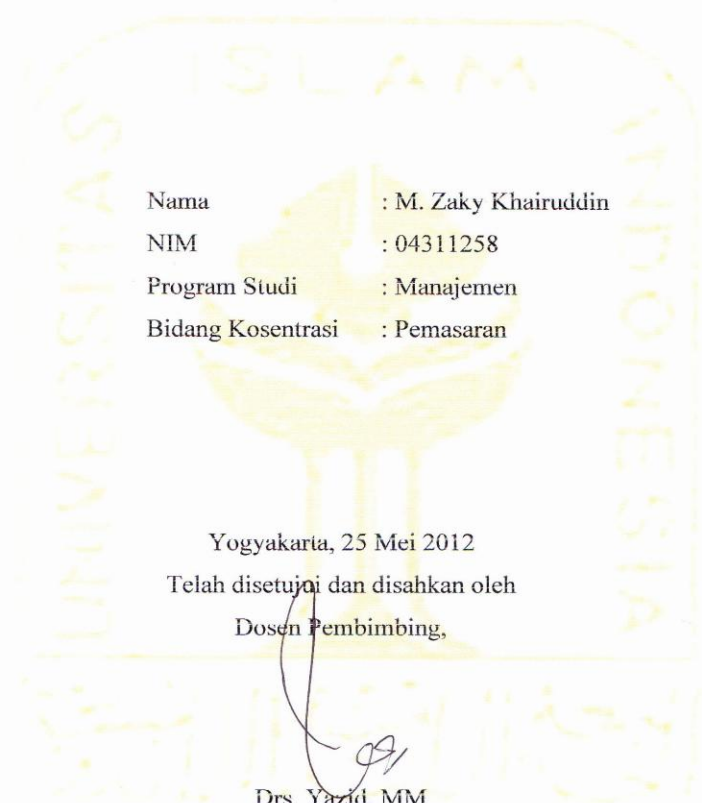
“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 25 Mei 2012



M. Zaky Khairuddin

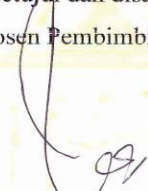
PENGARUH PROMOSI, SUMBER REFERENSI DAN PERILAKU PENCARIAN
INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KOMPARASI JASA PELAYANAN INTERNET SMART DAN AHA DI
YOGYAKARTA)



Nama : M. Zaky Khairuddin
NIM : 04311258
Program Studi : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 25 Mei 2012

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Drs. Yazid, MM

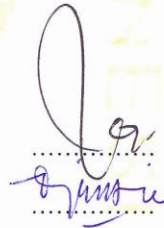
Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
sarjana strata –I di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia

Nama : M.Zaky Khairuddin
NIM : 04311258
Jurusan : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 5 Juli 2012

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi : Drs. Yasid, MM
Penguji : Dra. Sri Hardjanti, MM



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., DBA)

MOTTO

{10 يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ... {المجادلة:

“Allah mengangkat orang-orang yang beriman dari golonganmu dan juga orang-orang yang dikaruniai ilmu pengetahuan hingga beberapa derajat.”

(Q. S. al-Mujaadilah; 58: 11)

يَا أَخِي لَنْ تَنَالَ الْعِلْمَ إِلَّا بِسِتَّةٍ سَأُنَبِّئُكَ أَنْ تَقْصِيْلَهَا بَيَانٍ : ذِكَاؤٌ, وَحِرْصٌ

, وَاجْتِهَادٌ, وَدِرْهَمٌ, وَصُحْبَةُ الْأَسْتَاذِ, وَطَوْلُ زَمَانٍ.

{صحابة على رضي الله عنه}

“Wahai saudaraku, engkau tidak akan meraih ilmu jika tidak memiliki enam hal, yaitu : kecerdasan, ketamakan (dalam mencari ilmu), kesungguhan, bekal, bergaul dengan guru/dosen dan waktu yang panjang.”

(Sahabat Ali r.a.)

“Hidup adalah Perjuangan”

(Dewa 19)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- **Ibunda dan Bapak tercinta**
- **Kakak dan ponakanku tersayang**
- **Teman-temanku**
- **Seseorang yang ada di hatiku**

ABSTRAK

Dunia bisnis dewasa ini diwarnai oleh persaingan perusahaan di berbagai industri untuk lebih tanggap kepada kebutuhan konsumennya. Seiring dengan arus globalisasi, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, kebutuhan dan harapan konsumen juga semakin meningkat. Adanya teknologi yang mendukung proses pengembangan produk yang semakin cepat dan sistem industri yang semakin fleksibel berakibat pada beraneka ragam produk yang ditawarkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. perusahaan-perusahaan harus lebih memperhatikan tingkat peralihan pelanggan (*customer defection rate*), yaitu tingkat kehilangan pelanggan mereka dan mengambil langkah-langkah untuk menguranginya. Pendekatan yang dapat digunakan untuk memperkuat ketahanan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan. Salah satu produk yang populer saat ini adalah jasa penyedia koneksi internet yang disediakan oleh berbagai macam provider.

Penelitian ini berjudul Pengaruh Promosi, Referensi Teman Atau Keluarga Dan Perilaku Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli Konsumen. Konsumen jasa layanan internet SMART dan AHA. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer (sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli/tidak pakai perantara). Penelitian ini meneliti terhadap variabel operasionalnya (promosi, sumber referensi, perilaku pencarian informasi, minat beli). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel secara purposif sampling dengan jumlah 100 responden. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan fasilitas program SPSS dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan dari variabel promosi, sumber referensi dan pencarian informasi terhadap minat pembelian.

KATA PENGANTAR



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah begitu banyak memberikan berkah, nikmat, dan inayah kepada penulis, sehingga atas perkenan-Nya skripsi ini dapat penulis selesaikan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi oleh seorang mahasiswa yang menempuh jalur skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana. Melalui skripsi ini, penulis mencoba untuk menerapkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi umumnya dan bidang manajemen pemasaran khususnya yang telah penulis terima di bangku kuliah ke dalam satu wacana penelitian tentang peristiwa ekonomi yang terjadi.

Melalui skripsi yang berjudul “Pengaruh promosi, referensi teman atau keluarga dan perilaku pencarian informasi terhadap minat beli konsumen (studi kasus komparasi jasa pelayanan internet SMART dan AHA), penulis berusaha memaparkan persoalan yang penulis temui dalam penelitian termasuk pula menjelaskan secara jelas dan terperinci bagaimana terjadinya serta seperti apa jalan keluar yang dapat ditempuh untuk menghadapi persoalan-persoalan tersebut.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada segenap pihak yang telah membantu penulis sejak persiapan hingga selesainya skripsi ini. Untuk itu perkenalkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. D. Agus Hardjito, M.Si selaku ketua jurusan manajemen.
3. Bapak Drs. Yazid, MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati memberikan bimbingan dan pengarahan dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan ibuku yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
5. Semua warga Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Mbak Nita, Mas Huda, Mas Andri Dan Mbak Acie, yang telah memberikan bantuannya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ponakanku tersayang Muhammad Daniel Ibrahim Dan Zeverina Fathiya Shanum
8. Teman-teman seperjuangan Yoyok, Gendut, Iqbal, Ferry, Bella, Dian, Agus, dan semua anak Manajemen A '04.
9. Teman-teman kos ashri Bang Anwar, Bang Hakim, Tamrin, Hape, Hamzah, Kampret, Pak Yatmin, Mas Hendry, Mas Agus, Romo, Coolice, Kang Joned, terimakasih atas kejahilan kalian selama ini.
10. Semua yang pernah singgah di hatiku dan seseorang disana yang telah memberi warna dalam setiap tarikan nafasku.
11. Para Guru Dan Teman-teman Spiritualis yang selalu memberikan bimbingan.

12. Teman-teman kos maguwo Pak Geye, Kang Roso, Andre, Habib Hery Assegaf, terimakasih atas kekompakkan kalian selama ini.

13. Pihak lain yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga segenap doa, dukungan, jasa baik, rasa kebersamaan dan persaudaraan yang diberikan kepada penulis mendapat imbalan dari Allah SWT.

Harapan penulis pada skripsi ini adalah semoga bermanfaat bagi kepentingan Fakultas Ekonomi, pemerintah, perusahaan, dan pihak lain yang membutuhkan. Amien.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Yogyakarta, Mei 2012

Penyusun,

M. Zaky Khairuddin