

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK,  
HARGA DAN PROMOSI ANTARA PROVIDER IM3 DAN XL  
(Studi Pada Siswa-Siswi Kelas 10 SMA Negeri 2 Ponorogo)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Lilis Sartika Verasanti

NIM : 11412640

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2015**


## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Produk,  
Harga dan Promosi Antara Provider IM3 dan XL” (Studi  
Pada Siswa-Siswi Kelas 10 SMA Negeri 2 Ponorogo)  
Nama : Lilis Sartika Verasanti  
N I M : 11412640  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 29 Desember 2015  
Dosen Pembimbing II,

Dosen Pembimbing I,



TITI RAPINI, SE, MM  
NIK. 19630505 199003 2 003



TEGOEH HARI ARBIANTO, SE, MM  
NIK. 19671005 199509 14

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi,



TITI RAPINI, SE, MM  
NIK. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :



TITI RAPINI, SE, MM  
NIK. 19630505 199003 2 003



SUJONO, SE, MM  
NIK. 19760616 198909 12

HADI SUMARSONO, SE, M.Si  
NIK. 19760508 200501 11

## RINGKASAN

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia dengan berbagai media penyampaiannya. Jasa telekomunikasi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya operator-operator seluler yang bersaing dalam bisnis penyedia jasa ini. Permintaan untuk jasa layanan telepon selular di Indonesia menunjukkan tingkat pertumbuhan pengguna telepon selular yang tinggi. Maka, untuk dapat menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami karakteristik konsumen mereka dan memahami bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian serta memilih kartu selular sesuai dengan harapannya.

Penyedia jasa dalam penelitian ini adalah dari *provider* IM3 (*Indosat Multi Media Mobile*) dan XL yang mempunyai banyak manfaat bagi penggunanya. IM3 (*Indosat Multi Media Mobile*) merupakan operator jasa telekomunikasi yang berbasis GSM dalam bentuk kartu prabayar. Sebagai pengembang dalam hal multimedia, IM3 menjadi kartu yang paling inovatif, dinamis dan kreatif yang mempunyai banyak fitur dan layanan. Sedangkan XL adalah operator jasa telekomunikasi yang merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon selular di Indonesia. XL memiliki dua lini produk GSM, yaitu XL prabayar dan XL pascabayar.

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian

tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Sehingga konsumen bisa mengetahui apakah merasa puas atau tidak dalam menggunakan produk tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap produk, harga dan promosi antara provider IM3 dan XL (2) Apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap harga antara provider IM3 dan XL (3) Apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap promosi antara provider IM3 dan XL.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap produk antara provider IM3 dan XL. (2) Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap harga antara provider IM3 dan XL. (3) Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap promosi antara provider IM3 dan XL.

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner sebanyak 117 responden sebagai sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *Proportional Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan uji *Paired Sample t-test*. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel produk, harga dan promosi adalah valid dan reliabel. Dari hasil analisa menggunakan Uji *Paired Semple t-test* ketiga variabel yaitu produk, harga dan promosi pada persepsi konsumen antar provider IM3 dan XL terdapat perbedaan yang signifikan atau berarti. Dan hasil menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih menggunakan provider IM3 daripada provider XL.

Berdasarkan hasil pengujian output uji *paired sample t-test*, pengujian secara keseluruhan tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap produk, harga dan promosi antara *provider* IM3 dan XL pada siswa-siswi kelas 10 SMA Negeri 2 Ponorogo.



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyusun karya tulis ilmiah berupa skripsi.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. yang membawa kita dari jaman jahiliyah dan islamiyah serta yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah. Amiin.

Merupakan suatu kebahagiaan dan rasa syukur bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Produk, Harga dan Promosi Antara Provider IM3 dan XL” (Studi pada siswa-siswi kelas 10 SMA Negeri 2 Ponorogo) sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan juga sebagai pembimbing utama yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hadi Sumarsono, SE,MSi, selaku Ketua Prodi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Bapak Tegoeh Hari Arbianto, SE, MM selaku Dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah mencurahkan tambahan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
6. Teman-teman Manajemen “A” angkatan 2011 Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang sempurna di dunia dan di akhirat. Tidak ada balasan yang setimpal dari penulis selain memohon rahmat kepada Allah SWT.

Demikian, skripsi ini disusun semoga bermanfaat. Namun penulis menyadari kekurangan dan kelemahan skripsi ini, kritik dan saran membangun senantiasa menjadi harapan penulis.

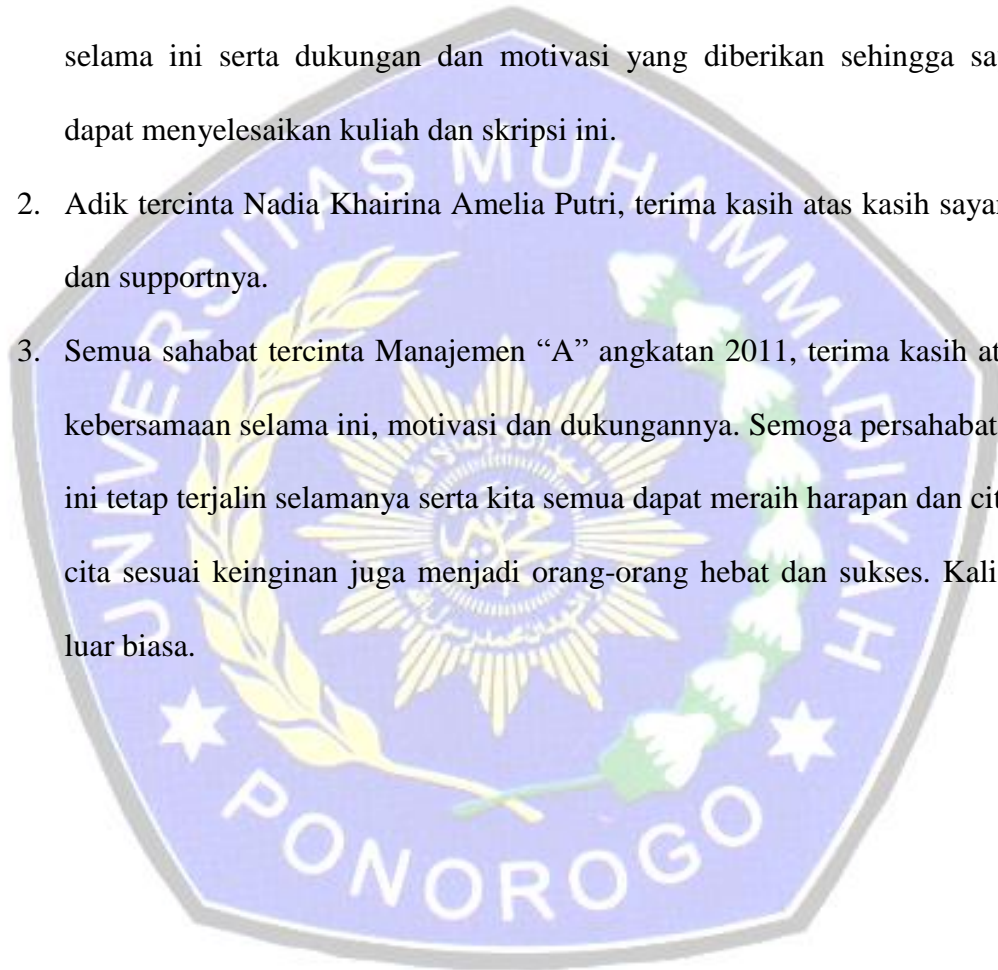
Ponorogo, 20 November 2015  
Penyusun,

**Lilis Sartika Verasanti**  
**NIM. 11412640**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur *alhamdulillah*, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahku Tarmuji Edi Purwanto dan Ibuku Sri Darmawati tercinta, beliau yang selalu berusaha memberikan kehidupan terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih atas doa, cinta, kasih sayang, pengertian, kesabarannya selama ini serta dukungan dan motivasi yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
2. Adik tercinta Nadia Khairina Amelia Putri, terima kasih atas kasih sayang dan supportnya.
3. Semua sahabat tercinta Manajemen “A” angkatan 2011, terima kasih atas kebersamaan selama ini, motivasi dan dukungannya. Semoga persahabatan ini tetap terjalin selamanya serta kita semua dapat meraih harapan dan cita-cita sesuai keinginan juga menjadi orang-orang hebat dan sukses. Kalian luar biasa.





## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 29 Desember 2015



LILIS SARTIKA VERASANTI

NIM. 11412640

## MOTTO

نَفَاذِكْرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُوا

*“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku, niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu mengingkari (nik'mat) Ku”  
(Qur'an Surat Al-Baqarah, 2:152).*

*“Sungguh Pada Usahamu Dalam Menyebarkan Ilmu Untuk Menolong Agama Allah Akan Membuatmu Seperti Orang yang Berjihad. Engkau Membuka Hati Manusia dengan Ilmu Seperti Halnya Para Mujahidin yang Membuka Negeri-negeri dengan Pedang dan Iman”  
(Syaiikh Utsaimin Rahimahullah)*

*“Sukses adalah Mendapatkan Keinginan Anda, Kebahagiaan adalah Menginginkan Apa yang Anda Dapatkan.”  
~@TungDW~*

*Skripsi ini penulis persembahkan kepada :*

*Ayah, Ibu dan Adikku Tercinta sebagai Motivatorku dan Semangatku*

*ALMAMATER TERCINTA*

*FAKULTAS EKONOMI-MANAJEMEN*

*UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO*

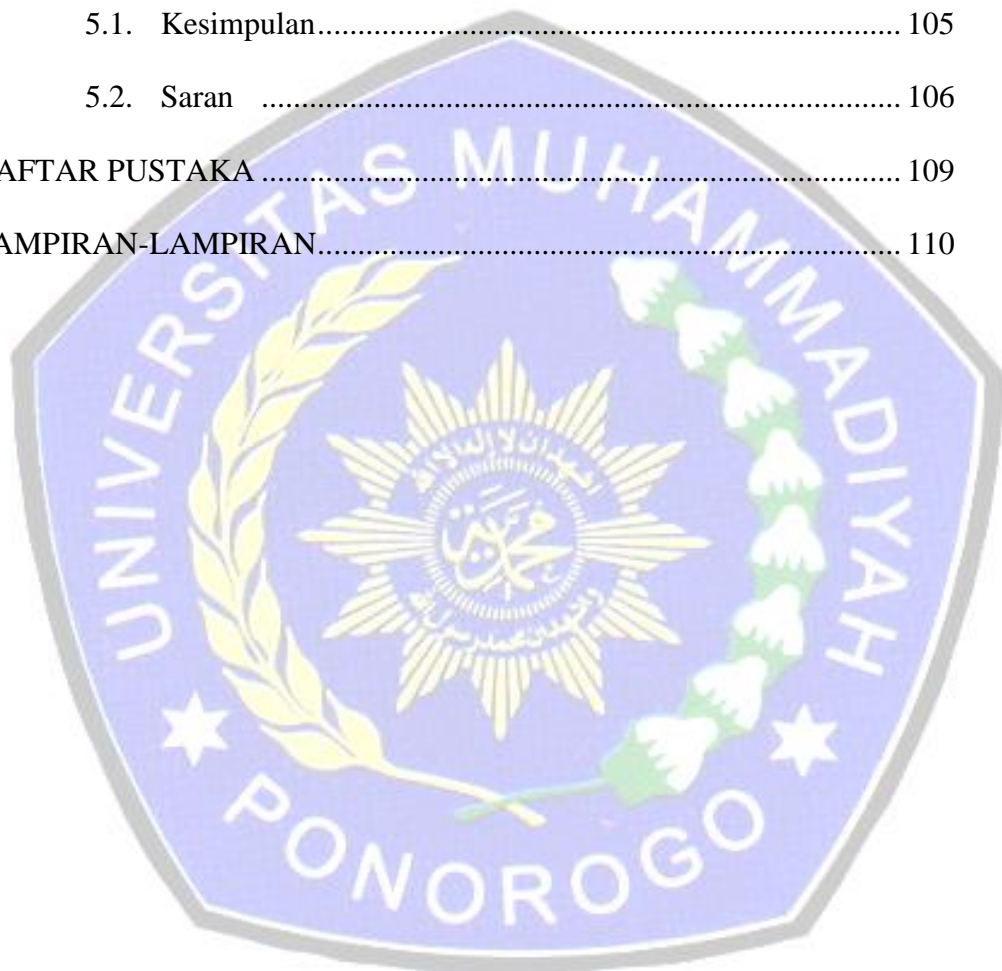
## DAFTAR ISI

|   |          |
|---|----------|
| Halaman Judul .....                                     | i        |
| Halaman Pengesahan .....                                | ii       |
| Ringkasan .....   | iii      |
| Kata Pengantar .....                                    | vi       |
| Halaman Persembahan .....                               | viii     |
| Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian .....  | ix       |
| Motto .....   | x        |
| Daftar Isi .....  | xi       |
| Daftar Tabel .....                                      | xv       |
| Daftar Gambar .....                                     | xvii     |
| Daftar Lampiran .....                                   | xiii     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                          | <b>1</b> |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                       | 1        |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                            | 4        |
| 1.3. Batasan Masalah .....                              | 4        |
| 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                | 5        |
| 1.4.1. Tujuan Penelittian .....                         | 5        |
| 1.4.2. Manfaat Penelitian .....                         | 5        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                    | <b>7</b> |
| 2.1. Landasan Teori .....                               | 7        |
| 2.1.1. Perilaku Konsumen .....                          | 7        |
| 2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 9        |

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Faktor Internal .....                | 10        |
| 2. Faktor Eksternal .....               | 12        |
| 2.1.3. Pengertian Pemasaran .....       | 16        |
| 2.1.4. Manajemen Pemasaraan.....        | 18        |
| 2.1.5. Bauran Pemasaran.....            | 19        |
| 2.1.5.1. Pengertian Produk.....         | 21        |
| 2.1.5.2. Pengertian Harga.....          | 24        |
| 2.1.5.3. Pengertian Promosi .....       | 27        |
| 2.1.6. Jasa .....                       | 29        |
| 2.1.7. Karakteristik Jasa .....         | 30        |
| 2.1.8. Definisi Provider IM3 .....      | 32        |
| 2.1.9. Definisi Provider XL .....       | 34        |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....         | 35        |
| 2.3. Kerangka Pemikiran.....            | 36        |
| 2.4. Hipotesis .....                    | 38        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>   | <b>39</b> |
| 3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....     | 39        |
| 3.2. Populasi dan Sampel.....           | 39        |
| 3.2.1. Populasi.....                    | 39        |
| 3.2.2. Sampel.....                      | 40        |
| 3.3. Metode Pengambilan Data.....       | 42        |
| 3.3.1. Jenis Data yang Diperlukan ..... | 42        |
| 1. Data primer .....                    | 42        |

|  |           |
|--|-----------|
| 2. Data sekunder .....   | 44        |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel.....                          | 45        |
| 3.5. Metode Analisis Data.....                                   | 47        |
| 3.5.1. Uji Instrumen .....                                       | 47        |
| 1. Uji Validitas .....   | 47        |
| 2. Uji Reliabilitas.....   | 48        |
| 3.5.2. Uji Beda Paired Sample T- test.....                       | 49        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>               | <b>51</b> |
| 4.1. Hasil Penelitian.....                                       | 51        |
| 4.1.1. Gambaran Umum SMA Negeri 2 Ponorogo .....                 | 51        |
| 4.2. Operasional.....  | 55        |
| 4.2.1. Sarana prasarana .....                                    | 55        |
| 4.2.2. Proses Pembelajaran .....                                 | 57        |
| 4.3. Pemasaran .....   | 58        |
| 4.4. MSDM.....   | 58        |
| 4.4.1. Jumlah Guru dan Karyawan<br>SMA Negeri 2 Ponorogo .....   | 61        |
| 4.5. Gambaran Umum Responden.....                                | 62        |
| 4.5.1. Gambaran umum responden<br>berdasarkan jenis kelamin..... | 62        |
| 4.5.2. Gambaran responden berdasarkan uang saku.....             | 63        |
| 4.6. Deskripsi Dimensi Penelitian .....                          | 64        |
| 4.7. Hasil Analisis Data .....                                   | 81        |

|  |            |
|--|------------|
| 4.7.1. Hasil Uji Validitas .....                 | 82         |
| 4.7.2. Hasil Uji Reliabilitas.....               | 88         |
| 4.7.3. Hasil Uji Beda Paired Sample T- test..... | 95         |
| 4.8. Pembahasan dan Hasil .....                  | 101        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>           | <b>105</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....                             | 105        |
| 5.2. Saran .....                                 | 106        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                      | <b>109</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>                    | <b>110</b> |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....  | 35 |
| 3.1. Jumlah Siswa-Siswi Kelas 10 yang Pernah Menggunakan<br>Provider IM3 dan XL..... | 40 |
| 4.1. Jumlah Guru Tiap Bidang Studi SMA Negeri 2 Ponorogo .....                       | 61 |
| 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                             | 63 |
| 4.3. Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....                                  | 64 |
| 4.4. Perbandingan Produk Antara Provider IM3 dan XL .....                            | 65 |
| 4.5. Tanggapan Responden Penggunaan Provider Mengenai<br>Variabel Produk.....        | 70 |
| 4.6. Perbandingan Harga Antara Provider IM3 dan XL.....                              | 73 |
| 4.7. Tanggapan Responden Penggunaan Provider Mengenai<br>Variabel Harga.....         | 76 |
| 4.8. Perbandingan Promosi Antara Provider IM3 dan XL .....                           | 78 |
| 4.9. Tanggapan Responden Penggunaan Provider Mengenai<br>Variabel Promosi .....      | 79 |
| 4.10. Output Pengujian Validitas Produk IM3 .....                                    | 82 |
| 4.11. Hasil Pengujian Validitas .....  | 83 |
| 4.12. Output Pengujian Validitas Harga IM3 .....                                     | 83 |
| 4.13. Hasil Pengujian Validitas .....  | 84 |
| 4.14. Output Pengujian Validitas Promosi IM3 .....                                   | 84 |
| 4.15. Hasil Pengujian Validitas .....  | 85 |
| 4.16. Output Pengujian Validitas Produk XL .....                                     | 85 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.17. Hasil Pengujian Validitas .....                             | 86  |
| 4.18. Output Pengujian Validitas Harga XL.....                    | 86  |
| 4.19. Hasil Pengujian Validitas .....                             | 87  |
| 4.20. Output Pengujian Validitas Promosi XL .....                 | 87  |
| 4.21. Hasil Pengujian Validitas .....                             | 88  |
| 4.22. Output Pengujian Reabilitas Produk IM3.....                 | 89  |
| 4.23. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 89  |
| 4.24. Output Pengujian Reabilitas Harga IM3 .....                 | 90  |
| 4.25. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 90  |
| 4.26. Output Pengujian Reabilitas Promosi IM3 .....               | 91  |
| 4.27. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 92  |
| 4.28. Output Pengujian Reabilitas Produk XL .....                 | 92  |
| 4.29. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 93  |
| 4.30. Output Pengujian Reabilitas Harga XL .....                  | 93  |
| 4.31. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 94  |
| 4.32. Output Pengujian Reabilitas Promosi XL .....                | 94  |
| 4.33. Hasil Pengujian Reabilitas.....                             | 95  |
| 4.34. Hasil Pengujian <i>Paired Sample T-test</i> Produk.....     | 96  |
| 4.35. Hasil Pengujian <i>Paired Sample T-test</i> Harga .....     | 97  |
| 4.36. Hasil Pengujian <i>Paired Sample T-test</i> Promosi.....    | 98  |
| 4.37. Perbandingan Total Rata-Rata Produk Harga dan Promosi ..... | 100 |
| 4.38. Hasil Pengujian <i>Paired Sample T-test</i> .....           | 102 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....                                | 37 |
| Gambar 2.2. Struktur Organisasi Sekolah SMA Negeri 2 Ponorogo..... | 59 |



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. : Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 3. : Uji Validitas IM3 dan XL
- Lampiran 4. : Uji Reliabilitas IM3 dan XL
- Lampiran 5. : Hasil Uji Beda *Paired Sample T-test*
- Lampiran 6. : Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 7 : Tabel R

