

ABSTRAK

Bayu Argi Nugroho 2008. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Akses Internet Pada PT. Data Utama Dinamika Semarang". Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Dra. Murwatiningsih, M.M. Sri Wartini, SE,MM.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan pembelian Akses internet

Bisnis penyedia jasa layanan akses internet saat ini berkembang dalam persaingan yang semakin ketat. Harga yang *kompetitif* mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Kegiatan bauran promosi di samping untuk pengenalan produk juga bertujuan menarik pembelian. Kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Permasalahan yang timbul dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan akses internet PT. Data Utama Dinamika Semarang khususnya pelanggan *corporate class*. Sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi dengan metode sensus terhadap 81 pelanggan. Variabel dalam penelitian ini adalah harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Dari hasil penelitian menunjukkan besarnya tingkat signifikansi t hitung variable harga (0,000), promosi (0,002) dan kualitas pelayanan (0,000) < 0,05. Pada uji regresi serempak didapat nilai signifikansi F hitung (0,000) < (0,050). Hal itu berarti ada pengaruh yang signifikan variable harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang. Besarnya kontribusi masing-masing variabel dari perhitungan SPSS yaitu, variabel harga sebesar 78,9%, promosi sebesar 34,8% dan kualitas pelayanan sebesar 73,6 %. Kontribusi yang diberikan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama sebesar 78,8% yang berarti 78,8% keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang dipengaruhi oleh harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan 21,2% di pengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Simpulan yang di ambil dari penelitian ini adalah ada pengaruh variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian akses internet pada PT. Data Utama Dinamika Semarang. Variabel terbesar yang berpengaruh adalah variabel harga. Saran yang dapat diberikan yaitu PT. Data Utama perlu mempermudah syarat dan prosedur pembelian akses internet oleh konsumen, dalam hal promosi sebaiknya perusahaan memperbanyak kegiatan promo dalam bentuk pameran di pusat-pusat keramaian, dengan cara ini akan mendekatkan perusahaan dengan masyarakat. Kualitas pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan konsumen perlu dijaga dengan peningkatan fasilitas peralatan dan teknologi yang dipakai serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan.