

**ANALISIS KEBIJAKAN STRATEGI PEMASARAN
DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT PEMAKAIAN JASA
INTERNET DI PRAMBANAN NET KLATEN**



**Disusun Oleh:
Abu Bakar Sidik
B 100.000.184**

SKRIPSI

Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**“ANALISIS KEBIJAKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM HUBUNGANNYA
DENGAN TINGKAT PEMAKAIAN JASA INTERNET DI PRAMBANAN NET
KLATEN”**

Disusun oleh:

Abu Bakar Sidik

B.100.000.184

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Februari 2011

Pembimbing

Edy Purwo S, SE, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Triyono, M.Si)

Persembahan

- ☞ Allah SWT yang memberikan kesempatan untuk berada disini

- ☞ Almarhum Abah atas tuntunannya untuk membuatku menjadi imam yang baik

- ☞ Mama atas kasih sayang dan kesabarannya mendidikku

- ☞ Tia Brizantiana, istri tercinta, untuk cinta dan supportnya

- ☞ Dua jagoanku, Muhammad Shifa Ash Shiddiq dan Al Karim Benzema Shiddiq, untuk senyum dan kelucuannya

MOTTO

Hanya Allah yang menjadikan segala yang tak mudah menjadi mudah dan hanya Allah yang menjadikan segala urusan dan kesukaranku menjadi mudah

Jika Allah menolongmu, maka tidak ada seorangpun yang dapat mengalahkanmu (QS. Ali Imron)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang mendalam dan terima kasih penulis panjatkan kepada ALLAH SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“ANALISIS KEBIJAKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT PEMAKAIAN JASA INTERNET DI PRAMBANAN NET KLATEN”** dengan baik meskipun hambatan selalu ada. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat-syarat dalam meraih Sarjana dalam Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini mungkin tidak akan diselesaikan dengan baik, tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan yang tulus dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Edi Purwo S,SE, M.Si, selaku dosen pembimbing
2. Bapak Drs Agus Muqorobin, MM , selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
3. Saudara Muhammad Vian, selaku owner Prambanan Net atas waktu dan kesempatan yang diberikan untuk bertanya dan berbagi pikiran.
4. Allah swt dan Rosulullah atas segala kebaikan dan kemudahan yang engkau berikan pada hambamu ini.
5. My little family, mama tia tersayang , shifa, zema, terima kasih atas kelucuan dan kekonyolannya yang membuat hari-hari menjadi lebih indah,

6. My big family, Mama tercinta, yang mengsupport segalanya, jenah, amanah, mujahidin dan muslimah, terima kasih mendoakan segalanya bagi anak, adikmu, kakakmu hingga akhirnya bisa lulus juga.
7. Mertua yang saya hormati, yang begitu besar mengsupport, memberikan wejangan, saran dan segala fasilitas untuk memudahkan mengerjakan skripsi ini(untung punya mertua dosen....WKwkwkkkkk).
8. My old friends, yang udah lulus duluan or yang lagi nunggu kelulusan, gara2 kalian gw jadi semangat lagi. Keep rooling life browww...!!!
9. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan masih bisa dikembangkan lebih baik lagi. Oleh karena itu, dengan kelapangan hati penulis terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang nantinya menuju sebuah karya yang lebih luar biasa.

Akhir kata semoga penulisan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan seluruh pihak yang berkepentingan.

Surakarta, 15 Februari 2011

Penulis

Abu Bakar Sidik

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR KURVA	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Definisi dan Arti Pemasaran.....	7
B. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
C. Konsep Pemasaran.....	10

D. Pemasaran Jasa.....	12
1. Pengertian Jasa.....	12
2. Ciri – ciri Jasa.....	12
3. Macam – macam Jasa.....	13
4. Strategi Pemasaran Jasa.....	14
E. Perilaku Konsumen.....	16
F. Teori Perilaku Konsumen.....	17
G. Model Perilaku Konsumen.....	19
H. Faktor – Faktor Lingkungan yang Mempengaruhi Konsumen.....	21
1. Faktor Lingkungan Internal.....	21
2. Faktor Lingkungan Eksternal.....	22
I. Proses Keputusan Pembelian.....	24
J. Hipotesis.....	29
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Metode Pengumpulan Data.....	30
C. Definisi Operasional.....	31
D. Metode Analisis Data.....	31
 BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisa Data Kuantitatif.....	33
B. Uji Hipotesis.....	36
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	

A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Table 4.1	
Perincian Biaya Promosi.....	34
Table 4.2	
Omzet Pemakaian Jasa Internet.....	34

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	26
---	----

DAFTAR KURVA

	HALAMAN
Grafik 4.1	
Volume Pemakaian Jasa Internet (Dalam Juta Rupiah).....	35

ABSTRAK

Abu Bakar Sidik, B.100.000.184. 2011. “ANALISIS KEBIJAKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT PEMAKAIAN JASA INTERNET DI PRAMBANAN NET KLATEN”, SKRIPSI, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dewasa ini, karena perkembangan teknologi yang begitu pesat, internet merupakan hal yang biasa bagi sebagian besar masyarakat, bahkan terkadang menjadi kebutuhan pokok. Oleh karenanya, banyak sekali bermunculan warung internet (warnet), Prambanan Net merupakan salah satu dari sekian banyak warnet yang ada. Dengan omset yang tidak sedikit, Prambanan Net berusaha untuk menjual jasanya kepada masyarakat. Untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran agar dapat menaikkan tingkat pemakaian jasa internet di Prambanan Net Klaten.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan kebijakan strategi pemasaran dalam hubungannya dengan tingkat pemakaian jasa di Prambanan Net Klaten, untuk memperoleh gambaran nyata tentang pelaksanaan strategi pemasaran pada Prambanan Net Klaten serta untuk mengetahui sejauh mana kebijakan strategi pemasaran berpengaruh pada pemakaian jasa di Prambanan Net Klaten.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang membahas tentang kebijakan strategi pemasaran dalam hubungannya dengan tingkat pemakaian jasa di Prambanan Net Klaten. Dalam penelitian ini digunakan teknik penelitian secara langsung, yaitu dengan cara mengamati langsung data-data dan berbagai informasi yang dibutuhkan. Teknik analisa yang digunakan adalah model analisa data kuantitatif menggunakan pola SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dari analisa koefisien korelasi, nilai yang diperoleh adalah $r = 0,936$ dengan signifikan $0,010$. Hal ini berarti antara variabel promosi (X) dan variabel volume pemakaian jasa (Y) mempunyai hubungan yang signifikan. Maka, setiap ada peningkatan promosi berakibat pada volume pemakaian jasa internet. Pada dasarnya promosi perlu mendapat perhatian lebih, karena promosi jasa internet akan mendorong peningkatan volume pemakaian jasa internet. Dengan demikian promosi mempunyai hubungan yang sangat kuat untuk meningkatkan jumlah volume pemakaian jasa internet sehingga akan tercapai tujuan perusahaan. Semakin baik promosi yang dilakukan dari tahun ke tahun mengakibatkan volume pemakaian jasa internet juga mengalami kebaikan dari tahun ke tahun.