

KATA PENGANTAR

Ass. Muafaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah kita ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, Rahmat, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada Warnet Nazar Setia Budi Medan”**. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Ali Ya'kub Matondang, Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus Ketua sidang meja hijau.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi, selaku Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area serta selaku Ketua Sidang Meja Hijau.
5. Ibu Dhian Rosalina, SE, MM, selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area serta selaku dosen pembimbing II.

6. Bapak Drs. H. A. Aziz Hasan, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya guna membimbing dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini
7. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, MSi selaku sekretaris sidang meja hijau.
8. Seturuh Bapak dan Ibu Dosen serta staff Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
9. Bang Nazar selaku pemilik Warnet Nazar yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melakukan penelitian guna penyusunan skripsi ini.
10. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibunda Tercinta Jahariah, dan Ayahanda Sahadi yang tak kenal lelah memberikan Kasih Sayang, Cinta serta Materi dalam membesarkan, mendo'akan dan berkorban demi masa depan Ananda dengan tulus dan ikhlas karena ALLAH SWT.
11. Untuk adik tercinta M. Isa, Dian Amalia, dan Annisa Shaleha yang telah memberikan dukungan, semangat untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat terbaik ku Puput, Ade, dan abangda Kumiadi SE, serta buat kekasihku tersayang Ahmad S terima kasih atas semangat, dukungan, dan semua bantuan yang kalian berikan selama ini. semoga takkan pernah berakhir kebersamaan ini.

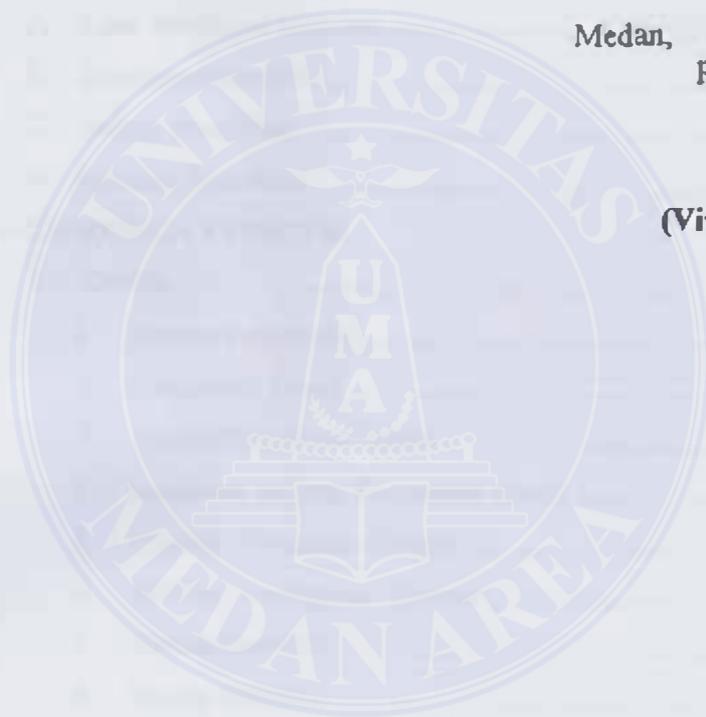
Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan apabila dalam penulisan ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan, penulis mengharapkan maaf yang sebesar-besarnya, semoga ALLAH SWT senantiasa Meridhoi kita semua.

Amin...

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, Februari 2012
Penulis

(Vivi Rizki)



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Teoritis.....	7
1. Bauran Pemasaran.....	7
2. Pengertian Harga	8
3. Tujuan Penetapan Harga	8
4. Landasan Strategi Penentuan Harga	9
5. Strategi Penentuan Harga	10
6. Arti dan Pentingnya Promosi.....	10
7. Tujuan Promosi.....	12
8. Bauran Promosi.....	13
9. Strategi Promosi Pemasaran Jasa.....	16
10. Keputusan Pembelian Konsumen	20
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Konseptual.....	24
D. Hipotesis.....	26
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penulisan.....	27
B. Tempat dan Waktu Penulisan	27

C. Populasi dan Sampel	28
D. Definisi Operasional	29
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Jenis dan Sumber Data	31
G. Skala Pengukuran	32
H. Uji Kualitas Data	32
I. Teknik Analisis Data	33
J. Uji Asumsi Klasik.....	34
K. Uji Hipotesis	35

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	37
1. Sejarah Singkat Warnet Nazar	37
2. Struktur Organisasi	38
3. Uraian Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab.....	39
4. Strategi Penetapan Harga Yang Dijal ankan.....	41
5. Strategi Bauran Promosi Yang Dijal ankan.....	43
6. Penyajian Data Angket Responden.....	46
B. Pembahasan.....	51
1. Uji Val iditas dan Reliabil itas.....	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	54
3. Analisis Regresi Sederhana	56
4. Uji Hipotesis	58
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	60

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi warung Internet Nazar.....	39



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Rincian Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 3.3. Skala Pengukuran Likert	32
Tabel 4.1. Penjualan Per tahun di Warnet Nazar Setia Budi Medan.....	42
Tabel 4.2. Daftar Warnet DiSetia Budi Medan.....	44
Tabel 4.3. Harga Di Warnet Ini Lebih Murah Dari Yang Lain.....	46
Tabel 4.4. Harga Di Warnet Ini Sesuai Dengan Kualitas jasa Yang diberikan.....	47
Tabel 4.5. Harga Di Warnet Ini Selalu Stabil Walaupun Ada Pemakaian Genset.....	47
Tabel 4.6. Periklanan Melalui Spanduk Menarik Perhatian Pelanggan ..	48
Tabel 4.7. Special Diskon Yaitu Paket Hemat Disukai Oleh Pelanggan.	48
Tabel 4.8. Pemilik Warnet Menciptakan Citra Positif Bagi Pelanggan ...	49
Tabel 4.9. Saya Memutuskan Memilih Warnet Ini Dibandingkan Yang Lain	50
Tabel 4.10. Saya Yakin Telah Mengambil Keputusan Yang Tepat Dalam Memilih Warnet Ini.....	50
Tabel 4.11. Saya Akan Kembali Datang Ke Warnet Ini.....	51
Tabel 4.12. Validitas Butir Pertanyaan.....	52
Tabel 4.13. Realibilitas Variabel X_1 , X_2 Terhadap Y	54
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas Correlations	55
Tabel 4.15. Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.16. Analisis Regresi Berganda	57
Tabel 4.17. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.18. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	60
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi (R^2)	61