

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU SELULER XL PASCABAYAR  
DI WILAYAH SURABAYA TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



**Oleh:**

**R. WAHYU ARIEF PRABOWO**  
**NIM: 2009210580**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2014**

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU SELULER XL PASCABAYAR  
DI WILAYAH SURABAYA TIMUR**

Diajukan oleh:

**R. WAHYU ARIEF PRABOWO**

**NIM: 2009210580**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 26 Februari 2015

  
**Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU SELULER XL PASCABAYAR  
DI WILAYAH SURABAYA TIMUR**

Disusun oleh:

**R. WAHYU ARIEF PRABOWO**

**NIM: 2009210580**

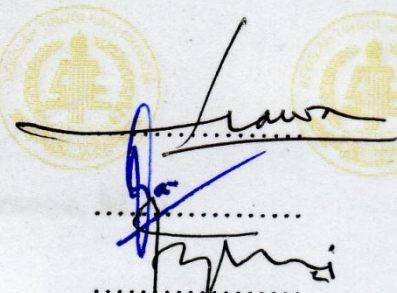
Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal .....

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan ,M.M

Sekretaris : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si

Anggota : Emma Julianti, S.E.,M.M



## PENGESAHAN SKRIPSI

**Nama** : R. Wahyu Arief Prabowo  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Surabaya, 6 September 1990  
**NIM** : 2009210580  
**Jurusan** : Manajemen  
**Program Pendidikan** : Strata I  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran  
**Judul** : Analisis Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler XL Pascabayar Di Wilayah Surabaya Timur


**Disetujui dan diterima baik oleh :**

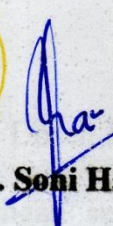
**Ketua Program Sarjana Manajemen**

Tanggal : 26 Februari 2015

**Dosen Pembimbing**

Tanggal : 26 Februari 2015

  
**Dr. Muazaroh, SE, M.T**

  
**Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si**

# motto

*Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan di manapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk-untuk orang yang sangat berarti dalam hidup saya yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah yang berhargaberupa kesehatan, kekuatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan serta kelancaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Sholawat serta salam tetap terlimpahkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan umat manusia dari jaman jahiliah kejalan terang-benderang. Terimakasih kepada semua yang telah memberikan inspirasi dan motifasi sehingga tersusunlah skripsi ini.

1. Terimakasih kepada kedua orang tua yang tidak hentinya do'a dan pastinya support untuk menyelesaikan skripsi ini. Buat budhe terimakasih banget sudah memberi dukungan penuh sehingga skripsi selesai hingga wisuda.
2. Untuk kawan-kawan seperjuangan alphu SE, Devi maria SE, April SE, Hazizul SE yang seperti keluarga sendiri susah senang kita alami bersama.
3. Buat kawan-kawan di kampus hijau tercinta STIE Perbanas Surabaya terimakasih buat adek-adek 2011-2013 yang telah mau meluangkan waktu buat mengisi kuisioner.
4. Terutama adek q sayang Vaizul Nur Octavi yang telah member support dan memberi dukungan penuh sehingga skripsi ini selesai. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada muh.agung, andree, tommy yang telah mau meluangkan waktunya buat ngisiin kuisioner dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Untuk para pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan berlangsung hingga tersusunlah skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler XL Pascabayar Di Wilayah Surabaya Timur”**. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Lutfi, SE, M.Fin, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE, M.T, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Burahannudin S.E.,M.Si, selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu melalui perkuliahan.
6. Kedua orang tua dan keluargaku terima kasih karena selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dan memberikan dukungan moril maupun materiil.
7. Teman – temanku yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua semangat dan dukungannya.

Semoga Allah SWT berkenan membalas segala bantuan yang telah diberikan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Akhirnya dengan mengucapkan syukur, do'a dan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Januari 2015

**Penulis**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Pengertian Promosi.....	12
2.2.2 Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	13
2.2.3 Pengertian Periklanan .....	14
2.2.4 Tujuan Periklanan.....	15
2.2.5 Fungsi Periklanan .....	16

2.2.6	Bentuk-Bentuk Periklanan .....	17
2.2.7	Elemen Program Periklanan.....	18
2.2.8	Jenis-Jenis Media Periklanan .....	20
2.2.9	Langkah-Langkah dalam Mengelola Iklan Yang Baik....	20
2.2.10	Prinsip-Prinsip Efektivitas Iklan .....	23
2.2.11	Indikator Iklan .....	24
2.2.12	Pengertian Produk .....	24
2.2.13	Tingkatan Produk .....	25
2.2.14	Kualitas Produk.....	26
2.2.15	Indikator Kualitas Produk.....	27
2.2.16	Kualitas Layanan.....	29
2.2.17	Indikator Kualitas Layanan.....	29
2.2.18	Kesenjangan Kualitas Layanan .....	30
2.2.19	Situasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.2.20	Perilaku Konsumen dan Pemasar dalam Proses Keputusan Pembelian .....	34
2.2.21	Keterlibatan Konsumen dalam Keputusan Pembelian ....	35
2.2.22	Indikator Keputusan Pembelian .....	38
2.2.23	Hubungan antar Variabel .....	41
	1. Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian.....	41
	2. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	41
	3. Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian .....	42
2.3	Rerangka Pemikiran .....	43
2.4	Hipotesis.....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Rancangan Penelitian.....	45
3.2	Batasan Penelitian.....	45
3.3	Identifikasi Variabel.....	46

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	46
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.6 Instrumen Penelitian .....	53
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	54

## **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah Berdiri PT. Excelcomindo Pratama Tbk (XL)....	60
4.1.2 Visi dan Misi PT. Excelcomindo Pratama Tbk (XL).....	61
4.1.3 Iklan Provider Seluler XL “Kawin Sama Monyet” .....	62
4.2 Analisis Data.....	63
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	63
1. Deskriptif Responden .....	63
2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
a. Deskriptif Variabel Iklan ( $X_1$ ) .....	65
b. Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	67
c. Deskriptif Variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) .....	70
d. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	74
4.2.2 Analisis Statistik.....	77
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	77
a. Uji Validitas .....	77
b. Uji Reliabilitas .....	79
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	80
3. Uji Asumsi Klasik .....	82
a. Uji Normalitas.....	82
b. Uji Multikolinieritas .....	83
c. Uji Heteroskedastisitas .....	84
d. Uji Autokorelasi.....	85
4. Uji F.....	87
5. Pengujian Hipotesis dengan Uji t .....	88

4.3 Pembahasan .....	89
4.3.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	89
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.3.4 Pengaruh Simultan Iklan, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	92

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.3 Saran .....	94

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	11
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 3.3	Ketentuan Autokorelasi .....	58
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Motivasi .....	65
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk .....	67
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Layanan.....	70
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian .....	74
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Iklan ( $X_1$ ) .....	77
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	77
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) .....	78
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.12	Uji Realibilitas .....	79
Tabel 4.13	Koefisien Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.14	Nilai Tolerance Dan VIF .....	84
Tabel 4.15	Ketentuan Autokorelasi .....	86
Tabel 4.16	Nilai Durbin Watson.....	86
Tabel 4.17	Uji Simultan dengan Uji F.....	87
Tabel 4.18	Uji Parsial dengan Uji t .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kesenjangan Kualitas Jasa.....	33
Gambar 2.2	Keterlibatan Pembelian dan Tipe-Tipe Keputusan Pembelian .....	38
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	39
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1	Uji Normalitas.....	83
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Profil Responden
- Lampiran 4 Deskriptif Variabel
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 *Regression*

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER XL PASCABAYAR DI WILAYAH SURABAYA TIMUR**

**R. Wahyu Arief Prabowo**

**2009210580**

**Raden.wapo@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, kualitas produk, dan kualitas layanan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini adalah pembeli dan pengguna kartu seluler XL Pascabayar di Surabaya Timur yang berjumlah 74 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji F, dan uji t.

Hasil pengujian dengan uji F diketahui bahwa keseluruhan variabel bebas iklan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hasil pengujian dengan uji t diketahui bahwa keseluruhan variabel bebas iklan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) karena nilai signifikansi semua variabel bebas lebih kecil dari 0,05.

PT. Excelcomindo Pratama Tbk sebaiknya lebih memaksimalkan iklan kartu seluler XL dengan cara menunjukkan keunggulan dari kartu tersebut untuk dapat diinformasikan ke konsumen dengan baik. PT. Excelcomindo Pratama Tbk sebaiknya terus mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan sehingga tetap kompetitif ditengah banyaknya kompetitor

Kata kunci: iklan, kualitas produk, kualitas layanan, keputusan pembelian



**ANALYSIS OF INFLUENCE OF ADVERTISING, PRODUCT QUALITY  
AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION OF MOBILE  
CARD XL POSTPAID IN EAST SURABAYA**

**R. Wahyu Arief Prabowo  
2009210580  
raden.wapo@gmail.com**

**ABSTRACT**

The study aims to determine the influence of advertising, product quality and service quality either simultaneously or partially on purchasing decisions. The respondents are the buyers and users of mobile cards XL Postpaid in East Surabaya totaling 82 respondents. Techniques using multiple linear regression analysis, F test and t test.

The test results with the overall F test is known that the independent variable advertising (Xi), product quality (X2), and service quality (X3) simultaneously has significant effect on purchase decision (Y) because of the significance value less than 0.05 is 0.000. Results of testing by t-test is known that independent variables advertising (Xi), product quality (X2), and service quality (X3) partially has significant effect on the purchase decision (Y) as the value of the significance of all independent variables is smaller than 0.05.

PT. Excelcomindo Pratama Tbk should maximize mobile advertising of XL card by showing the advantages of the card to be well informed to the consumer. PT. Excelcomindo Pratama Tbk should continue to maintain product quality and service quality provided to keep competing.

**Keywords:** advertising, product quality, service quality, purchase decisions