

**PENGARUH IKLAN INTERNET DAN LAYANAN PURNA
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI PADA EMPAT
COUNTER DI KOTA ATAMBUA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

INACIA DA COSTA GUTERES

NIM : 32115033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2019**

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima Oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Kupang.....2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Jou Sewa Adrianus, SE,MM
NIDN : 0809055901


Rosadalima Tisu, SE,MM
NIDN : 0825078305

Kupang ,.....2019

Ketua Program Studi Manajemen




Rosadalima Tisu, SE,MM
NIDN : 0825078305

LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

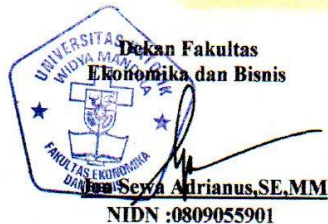
Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 17 Desember 2019
Jam : 08.00 – 10.00 Wita
Tempat : Ruang Dekan Fakultas Ekonomi
Atas Nama : Inacia Da Costa Guterres
Nomor Registrasi : 32115033
Dinyatakan : **LULUS**

Panitia Ujian Skripsi

1. Ketua : Jou Sewa Adrianus, SE, MM (.....)
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Dra. Sukamti, MM (.....)
4. Penguji II : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
5. Penguji III : Jou Sewa Adrianus, SE, MM (.....)

MENGETAHUI


Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901


Ketua Program Studi Manajemen
Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada dan, harapanmu tidak akan hilang”

Amsal 23:18

PERSEMBAHAN:

Kepada kedua Orang tua tercinta Ayah Baltazar T.B Guterres dan Ibu Alda Moniz Da,costa beserta ke- 3 saudaraku : kk Agus, Ade Ester dan ade Okto yang selalu setia membantu dan mendukung penulis dalam doa, dan motivasi mulai dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas segala berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh Iklan Internet Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Xiaomi Pada Empat Counter di Kota Atambua**” Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Mamanjen pada Proqram Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di program studi manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
2. Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik selama perkuliahan.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan memberikan masukan untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku pembimbing I, sebagai ketua panitia ujian dan penguji III yang telah memberikan pengarahan dan dan bimbingan mulai dari persiapan proposal hingga skripsi ini.
5. Ibu Dra. Sukanti, MM selaku penguji I, yang telah memberikan masukan

serta perbaikan perbaikan skripsi

6. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku penguji II, yang telah memberikan masukan serta perbaikan bagi penulis.
7. Bapak Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi umum maupun akademik di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
8. Bapak dan Ibu dosen lainnya serta para Pegawai Tata Usaha yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen tahun 2015 khususnya kelas A yang telah memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena keterbatasan pengetahuan, waktu serta pengalaman penulis, namun penulis berusaha menyelesaikan

Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca, untuk memperbaiki kesalahan dalam Tugas Akhir ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu, mengarahkan dan memberikan dorongan bagi penulis hingga tersusunya tugas akhir ini. Penulis ucapkan terima kasih kepada :

Kupang,.....Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Konsep Pemasaran.....	8
B. Keputusan Pembelian	9
C. Konsep Periklanaan	16
D. Iklan Internet.....	18
E. Layanan Puna Jual	21
F. Penelitian Terdahulu.....	24
G. Kerangka Pemikiran	26
H. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Tempat dan Waktu.....	30

B. Populasi dan Sampel.....	30
C. Jenis Data.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Variabel penelitian, defenisi operasional, indicator dan Skala pengukuran.....	33
F. Uji instrument.....	35
G. Analisis data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Karakteristik responden penelitian	46
B. Hasil uji coba instrument penelitian	50
C. Analisis data	53
D. Pembahasan	65
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pembelian Handphone Xiaomi Pada Empat Counter Di Kota Atambua. Januari-Desember 2018	3
Tabel 2.1 Jenis Media Periklanan	17
Tabel 2.2 Deskripsi Fitur Dalam Iklan Internet	20
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Internet	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Layanan Purna Jual (X2).....	50
Tabel 4.7 Hasil validitas variabel keputusan pembelian (Y)	51
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilititas	52
Tabel 4.9 Jawaban responden terhadap variabel iklan internet (X1).....	53
Tabel 4.10 Jawaban responden terhadap variabel layanan purna jual (X2)	54
Tabel 4.11 Jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian(Y).....	55
Tabel 4.12 Uji linearitas	57
Tabel 4.13 Coefficients ^a	58

Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.15 (Uji Parsial).....	62
Tabel 4.16 (uji simultan).....	63
Tabel 4.17 Koefisien determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 P-plot uji normalitas	57
Gambar 4.2 P-plot uji normalitas	57
Gambar 4.3 Uji heteroskedasita	60

ABSTRAK

Inacia Da.costa Guterres, dengan Nomor Induk Mahasiswa (32115033):“**Pengaruh Iklan Internet Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Xiaomi Pada Empat *Counter* di Kota Atambua**” dibawah bimbingan Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku pembimbing I dan ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku pembimbing II.

Xiaomi adalah salah satu perusahaan swasta yang berdiri 9 tahun dari tahun 2010. Xiaomi didirikan oleh perusahaan elektronik swasta milik pribadi dari Tiongkok yang berkantor pusat di Beijing. Xiaomi merupakan distributor telepon cerdas terbesar ketiga di dunia yang merancang, mengembangkan, dan menjual telepon cerdas. Rumusan masalah penelitian ini adalah : Bagaimana persepsi konsumen tentang iklan internet, layanan purna jual dan keputusan pembelian *handphone* Xiaomi di Kota Atambua, Apakah iklan internet dan layanan purna jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi di Kota Atambua, Apakah iklan internet dan layanan purna jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi di Kota Atambua. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli *Handphone* Xiaomi di Kota Atambua dengan jumlah 105 orang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data menurut sifatnya dan data menurut sumbernya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diketahui bahwa hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi (Ps-p) variabel iklan internet sebesar 74,8%, layanan purna jual sebesar 79,0% dan keputusan pembelian sebesar 83,9% dikategorikan baik. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel iklan internet (X1), layanan purna jual (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi R^2 51,4% menunjukkan bahwa kedua variabel dapat dijelaskan oleh kedua variabel penelitian sedangkan sisanya 48,6% dijelaskan oleh variabel lain. Hasil pengujian secara parsial (uji t) untuk variabel iklan internet (X1) menunjukkan nilai $\text{sig } 0,002 < 0,05$, layanan purna jual (X2) sebesar $\text{sig } 0,004 < 0,05$ yang berarti kedua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara simultan (uji f) sebesar $\text{sig } 0,004 < 0,05$ yang berarti iklan internet dan layanan purna jual secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Saran yang dapat diberikan adalah *Counter* di Kota harus terus meningkatkan iklan internet agar konsumen lebih mengetahui keluaran terbaru *Handphone* Xiaomi, *Counter* juga harus meningkatkan layanan purna jual yang diberikan kepada konsumen seperti menyediakan aksesoris agar konsumen tertarik dan terus yakin untuk menggunakan *Handphone* Xiaomi secara berkelanjutan dan menjadi pelanggan setia produk *Handphone* Xiaomi, dan agar bisa dijangkau oleh konsumen atau pembeli *Counter* di Kota Atambua harus membuka cabang diluar kota seperti didesa-desa agar setiap konsumen atau pembeli yang berada diluar kota dapat dengan mudah membeli *Handphone* Xiaomi.

Kata Kunci : Iklan Internet, Layanan Purna Jual, Keputusan Pembelian