

**PENGARUH KUALITAS JARINGAN, *DIRECT*
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM ORBIT DI
TELKOMSEL BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Natalia Br Sembiring
190910221**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS JARINGAN, *DIRECT*
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM ORBIT DI
TELKOMSEL BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Natalia Br Sembiring
190910221**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Natalia Br Sembiring

NPM : 190910221

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Jaringan, *Direct Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Modem Orbit Di Telkomsel Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 15 Juli 2024



Natalia Br Sembiring
190910221

**PENGARUH KUALITAS JARINGAN, *DIRECT*
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM ORBIT DI
TELKOMSEL BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Natalia Br Sembiring
190910221**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 15 Juli 2024



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas jaringan, direct marketing, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian modem Orbit di Telkomsel Batam. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif yang dipandu dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diteliti terdiri dari 332 konsumen berdasarkan data jumlah konsumen yang menggunakan modem orbit Telkomsel Batam pada bulan Desember 2023. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan menghasilkan 181 responden yang ditarik didasari simple random sampling. Metode analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Temuan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas jaringan berkontribusi sebesar 31,5% dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Direct marketing berkontribusi sebesar 32,1% dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk berkontribusi sebesar 16,2% dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kombinasi kualitas jaringan, direct marketing, dan kualitas produk sebesar 71,9%. Hasil uji t dan uji F mengungkapkan bahwa kualitas jaringan, direct marketing, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Direct Marketing*, Keputusan Pembelian, Kualitas Jaringan Kualitas Produk.

ABSTRACT

This research aims to investigate the influence of network quality, direct marketing, and product quality on purchasing decisions for Orbit modems at Telkomsel Batam. This type of research uses descriptive research guided by a quantitative approach. The population studied consisted of 332 consumers based on data on the number of consumers using the Telkomsel Batam orbit modem in December 2023. The sampling technique used the Slovin formula to produce 181 respondents drawn based on simple random sampling. The data analysis method uses data quality testing, classical assumption testing, influence testing and hypothesis testing. The findings of multiple linear regression analysis show that network quality contributes 31.5% in influencing purchasing decisions. Direct marketing contributed 32.1% in influencing purchasing decisions. Product quality contributes 16.2% in influencing purchasing decisions. Analysis of the coefficient of determination (R^2) shows that purchasing decisions can be explained by a combination of network quality, direct marketing and product quality of 71.9%. The results of the t test and F test reveal that network quality, direct marketing, and product quality have a positive and significant effect in influencing purchasing decisions, both partially and simultaneously.

Keywords: *Direct Marketing, Purchasing Decisions, Product Quality Network Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 15 Juli 2024



Natalia Br Sembiring



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Jaringan	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Jaringan	13
2.1.1.2 Cakupan Kualitas Jaringan.....	14
2.1.1.3 Indikator Kualitas Jaringan	15
2.1.2 <i>Direct Marketing</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Direct Marketing</i>	18
2.1.2.2 Saluran <i>Direct Marketing</i>	19
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3 Kualitas Produk	23
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	23
2.1.3.2 Kelompok Kualitas Produk	24
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	26
2.1.4 Keputusan Pembelian	28
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	29
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.3.1 Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2 Pengaruh <i>Direct Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37

2.4	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Sifat Penelitian	39
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	40
3.3.1	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Periode Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	41
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	42
3.5	Sumber Data	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.7.1	Variabel Independen (X)	45
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	46
3.8	Metode Analisis Data	47
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	47
3.8.2	Uji Kualitas Data	48
3.8.2.1	Uji Validitas	48
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	49
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.3.1	Uji Normalitas	51
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	52
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.8.4	Uji Pengaruh	53
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.9	Uji Hipotesis	55
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	55
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	62
4.3.1	Deskriptif Kualitas Jaringan (X1)	62
4.3.2	Deskriptif <i>Direct Marketing</i> (X2)	63
4.3.3	Deskriptif Kualitas Produk (X3)	64
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	65
4.4	Analisis Data	67
4.4.1	Uji Kualitas Data	67
4.4.1.1	Uji Validitas	67

4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	70
4.4.2.1 Uji Normalitas	70
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	72
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.4.3 Uji Pengaruh.....	74
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	76
4.5 Pengujian Hipotesis.....	77
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	77
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	78
4.6 Pembahasan	79
4.6.1 Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.6.2 Pengaruh <i>Direct Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.6.4 Pengaruh Kualitas Jaringan, <i>Direct Marketing</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	70
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	71
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Dan Jaringan Modem Orbit Telkomsel.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Pencapaian Melalui <i>Direct Marketing</i>	4
Tabel 1.3 Pengembalian Produk Modem Orbit Telkomsel	5
Tabel 1.4 Jumlah Pelanggan Modem Orbit Telkomsel.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	62
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Jaringan.....	62
Tabel 4.7 Deskriptif <i>Direct Marketing</i>	64
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Jaringan (X1).....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Direct Marketing</i> (X2).....	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	72
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	79

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	42
Rumus 3.2 Rentang Skala	48
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	49
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	50
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	54
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi	55
Rumus 3.6 Uji t	56
Rumus 3.7 Uji f	57