

# HUBUNGAN ANTARA FASILITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA WARNET "MURADINET" SEMARANG

## SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh :

Nama : BAMBANG DWI ARYANTO  
NIM : 93.30.1529  
NIRM : 94.6.111.02016.50012

	<b>PERPUSIAKAAAN</b>	
	No. INV.	1124 / e / c1
	Th. Angg.	Cat :
PARAP.	<i>Am</i>	Tgl. 20/8/01

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2001

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : BAMBANG DWI ARYANTO

NIM : 93.30.1529

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA FASILITAS, PELAYANAN,  
HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN  
KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA  
INTERNET PADA WARNET "MURADI NET"  
SEMARANG

Semarang, Mei 2001

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Sentot S. A PhD)



(Rudy Elyadi, SE, MM)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : HUBUNGAN ANTARA FASILITAS, PELAYANAN, HARGA DAN  
LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK  
MENGUNAKAN JASA INTERNET PADA WARNET "MURADI NET"  
SEMARANG

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada :

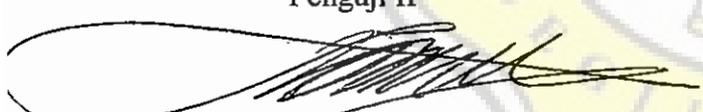
Tanggal :

Hari :

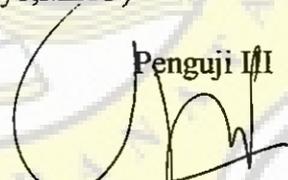
Penguji I

  
(DRS. R. Bowo Harcahyo, MBA)

Penguji II

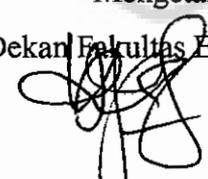
  
(DRS. B. Junianto W, MSM)

Penguji III

  
(DRS. Theo Sudimin, MS)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

  
(Vincent Didiék WA, PhD)

## HALAMAN MOTTO

- ❖ Sebab Aku ini mengetahui rancangan – rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah Firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan

*For I know the thoughts that I think toward you, says the LORD, thoughts of peace and not of evil, to give you a future and a hope*

- ❖ Hati yang gembira membuat muka berseri – seri, tetapi kepedihan hati mematahkan semangat

*A merry heart makes a cheerful countenance, but by sorrow of the heart the spirit is broken*

**“The joy of the LORD is my strength”.**

## ABSTRAKSI

Salah satu bentuk perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan pada akhir-akhir ini banyak mempengaruhi kegiatan manusia tak terkecuali di Indonesia adalah jasa layanan internet. Internet akan menjadi dan akan tetap menjadi bagian yang sangat dominan dalam kehidupan dan dalam cara berbisnis secara global. Internet juga akan mempengaruhi *life style*, mengubah cara hidup kita, cara kita bekerja, dan cara kita berkomunikasi.

Pertumbuhan internet sangat pesat, walaupun masih baru, terdapat lebih dari dua ratus juta pengguna internet di seluruh dunia pada saat ini. Jumlah ini terus bertambah 6 - 10 juta pengguna setiap bulan. *Booming* penggunaan internet menjadikan banyak perusahaan maupun perorangan terjun ke bisnis layanan internet, atau yang biasa disebut rental atau Warung Internet (Warnet). Keadaan ini membawa dampak terjadinya persaingan yang sangat tajam antar Warnet, masing-masing Warnet berusaha menarik konsumen sebanyak-banyaknya dengan berbagai kiat penawaran jasanya.

Salah satu perusahaan "pendatang baru" yang berusaha ikut memasuki pasar jasa/ layanan internet (Warnet) adalah "MuradiNet". Padahal usaha warnet sudah banyak yang memulai pada tahun 1995 dan di daerah tersebut sudah ada warnet-warnet lain yang sudah memulai usahanya. Namun pemasaran "MuradiNet" ini belum berkembang sebagaimana diharapkan. Sejak berdiri tahun 1998, konsumen yang menggunakan jasa/ layanan internetnya rata-rata lebih kurang hanya 10 konsumen per hari, jumlah sebesar itu merupakan jumlah yang jauh di bawah yang ditargetkan oleh pihak perusahaan, yaitu sebanyak 25 konsumen sehari, sehingga perusahaan perlu mencari strategi-strategi agar target tersebut dapat tercapai.

Permasalahan yang dihadapi dirumuskan mengenai seberapa kuat hubungan antara fasilitas, pelayanan, harga, dengan lokasi dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada Warnet "MuradiNet" Semarang?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara fasilitas, pelayanan, harga, dan lokasi dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet pada Warnet "MuradiNet" Semarang.

Objek penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan usaha jasa Internet pada Warnet "Muradinet" Semarang yang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa/ layanan internet (Warnet) ditambah jasa setting, scanning, transfer file dari hardisk ke CD, dan Handycam CD. Usaha warnet ini berlokasi di Jl. Muradi 59 Semarang. Alasan pemilihan objek penelitian dikarenakan pada warnet ini pemasarannya belum berkembang sebagaimana diharapkan, dimana sejak berdiri dua tahun lalu hingga saat ini, konsumen yang menggunakan jasa/ layanan internetnya relatif masih sedikit.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan jasa/ layanan internet yang berjumlah rata-rata sepuluh orang dalam sehari, jadi dalam satu minggu diperkirakan akan terdapat sekitar 60 orang konsumen pengguna jasa layanan internet (dengan asumsi ada 6 hari buka dalam satu minggu), dimana semua populasi dijadikan responden (sensus). Pengambilan data dilakukan pada Februari tahun 2001 pada minggu kedua.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer, kemudian instrumen indikator dari masing-masing variabel penelitian dianalisis diuji validitas dan reliabilitas. Hasil perhitungan  $r$ -hitung dan besarnya nilai  $r$ -kritis dapat diketahui setiap Instrumen dari masing-masing variabel adalah valid (sahih) dan reliabel (dapat dipercaya) karena  $r$ -hitung  $>$   $r$ -kritisnya pada taraf signifikan 5% (0,36), sehingga dapat digunakan untuk mengukur ataupun mengungkapkan data dari variabel yang diteliti (Valid), dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (Reliabel), selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut.

Metode analisis data yang digunakan adalah, Analisis Kuantitatif dimana hasil jawaban kuesioner atas pertanyaan-pertanyaan yang diberikan direntang skalakan kemudian dilakukan analisis berdasarkan metode statistik dan data tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel untuk mempermudah dalam analisis.

Alat analisis data yang digunakan adalah Korelasi Rank Spearman, dan Korelasi Konkordansi Kendall (W). Hasil analisis data yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

1. Besarnya hubungan antara fasilitas dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah  $r_{X1Y} = 0,78004$  (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $14,9292 > 1,671$ ) pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan yang positif antara variabel fasilitas dengan keputusan konsumen dapat diterima.
2. Besarnya hubungan antara pelayanan dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah  $r_{X2Y} = 0,67279$  (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $12,0847 > 1,671$ ) pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara pelayanan dengan keputusan konsumen dapat diterima.
3. Besarnya hubungan antara harga dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah  $r_{X3Y} = 0,70848$  (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $13,5607 > 1,671$ ) pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara harga dengan keputusan konsumen dapat diterima.
4. Besarnya hubungan antara lokasi dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah  $r_{X4Y} = 0,58044$  (sedang). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $5,0644 > 1,671$ ) pada taraf signifikan

( $\alpha$ ) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara lokasi dengan keputusan konsumen dapat diterima.

5. Besarnya hubungan antara Fasilitas ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ) dan Lokasi ( $X_4$ ) dengan Keputusan Konsumen dalam menggunakan layanan jasa Internet di Warnet "Muradinet" (Y) secara bersama-sama sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien korelasi dalam koefisien konkordansi Kendall adalah  $W = 0,905$  (sangat kuat), setelah diuji dengan uji Chi-Square pada taraf signifikan ( $\alpha$ )=5% ternyata  $\chi^2$ -hitung >  $\chi^2$ -tabel ( $217,235 > 9,488$ ). Berarti ada hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas, pelayanan, harga dan lokasi dengan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa Internet di Warnet "Muradinet" secara bersama-sama, dan hipotesis dapat *diterima*.

Hal-hal berikut ini diharapkan mampu mendukung peningkatan keputusan konsumen atau pelanggan dalam menggunakan jasa Internet di Warnet "MuradiNEt":

1. Untuk menjangkau konsumen baru yang lebih banyak lagi perlu diberlakukan kebijakan seperti memberikan potongan harga (diskon), memberikan harga spesial serta memberikan kupon gratis bagi konsumen atau pelanggan yang sudah memanfaatkan Warnet "Muradinet" dalam frekuensi tertentu misalnya 5 kali.
2. Perlu peningkatan pelayanan, seperti kecekatan pramuniaga dengan pengetahuan memberikan informasi serta mengatasi masalah karena akan menimbulkan simpati dan juga pengguna jasa akan semakin senang dan bangga apabila mendapatkan perhatian dari pengguna jasa, paling tidak terdapat komunikasi yang baik dengan konsumen.
3. Perlu peningkatan fasilitas yang dibutuhkan konsumen atau pelanggan, misalnya kecepatan akses, printer yang memadai, penyediaan aksesoris komputer, tempat parkir yang luas dan aman, ruangan tunggu dan kamar kecil yang nyaman dan sebagainya.
4. Perlu memperhatikan pada sasaran yang dituju dan dekat dengan sasaran yang dituju, pemilihan lokasi yang strategis dan kemudahan untuk dijangkau adalah sebagai bahan pertimbangan perusahaan apabila ingin mengembangkan usahanya.

## KATA PENGANTAR

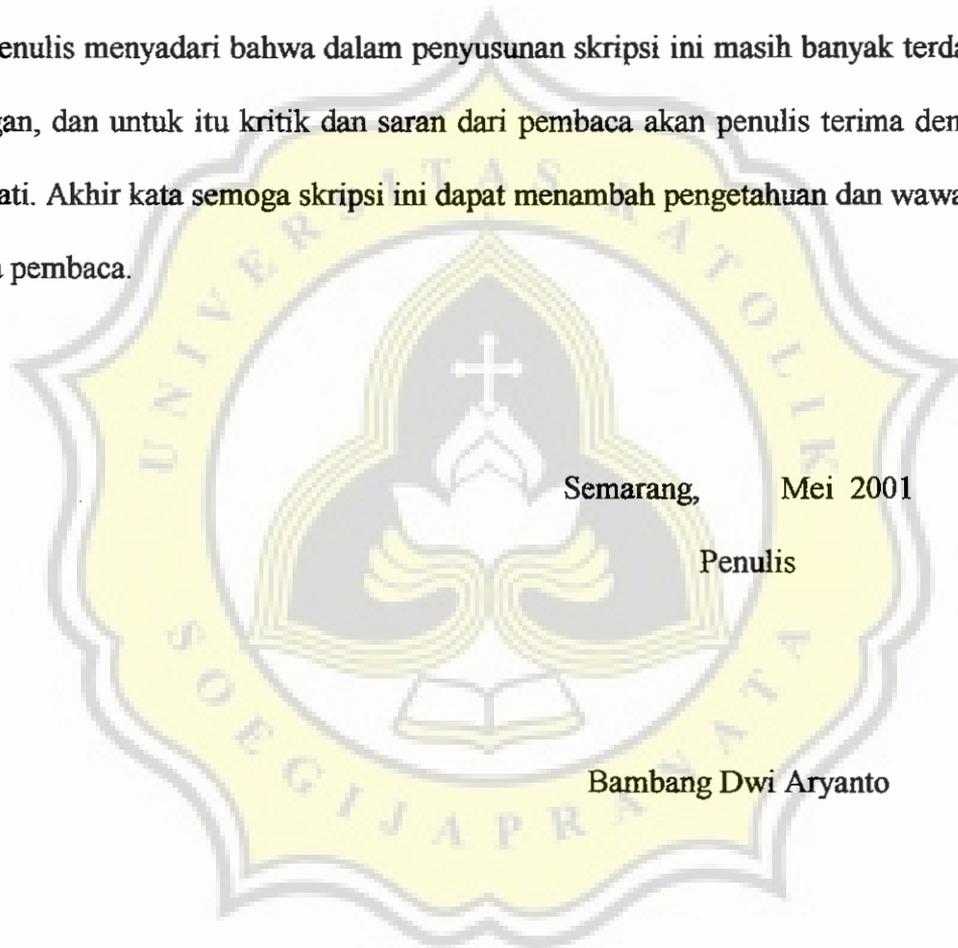
Skripsi yang berjudul "HUBUNGAN ANTARA FASILITAS, PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA WARNET "MURADI NET" SEMARANG" ini, berhasil disusun sebagai kewajiban penulis dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S1), oleh karena itu pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Vincent Didiek, WA, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, yang telah memberikan ijin riset untuk menyusun skripsi ini.
2. Bapak Sentot S. A PhD selaku Dosen Pembimbing kesatu yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan pada penulis sehingga terwujudnya Skripsi ini.
3. Bapak Rudy Elyadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah berkenan memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ayah dan Ibuku tercinta yang telah membimbingku selama ini serta kakak dan adikku yang selalu memberi semangat dalam belajarku.

5. Yustina Dewi Wulandari atas perhatiannya , Yohanes Suhartadi atas bantuannya dan temanku Hartanto , Heru atas pengertiannya, serta teman-teman Mudika Wilayah maupun Paroki.
6. Semua pihak yang membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, dan untuk itu kritik dan saran dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca.



Semarang, Mei 2001

Penulis

Bambang Dwi Aryanto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Pembatasan Masalah dan Perumusan Masalah .....	5
1.2.1. Pembatasan Masalah .....	5
1.2.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1. Kegunaan Penelitian .....	7
1.4. Sistematika Penulisan .....	8

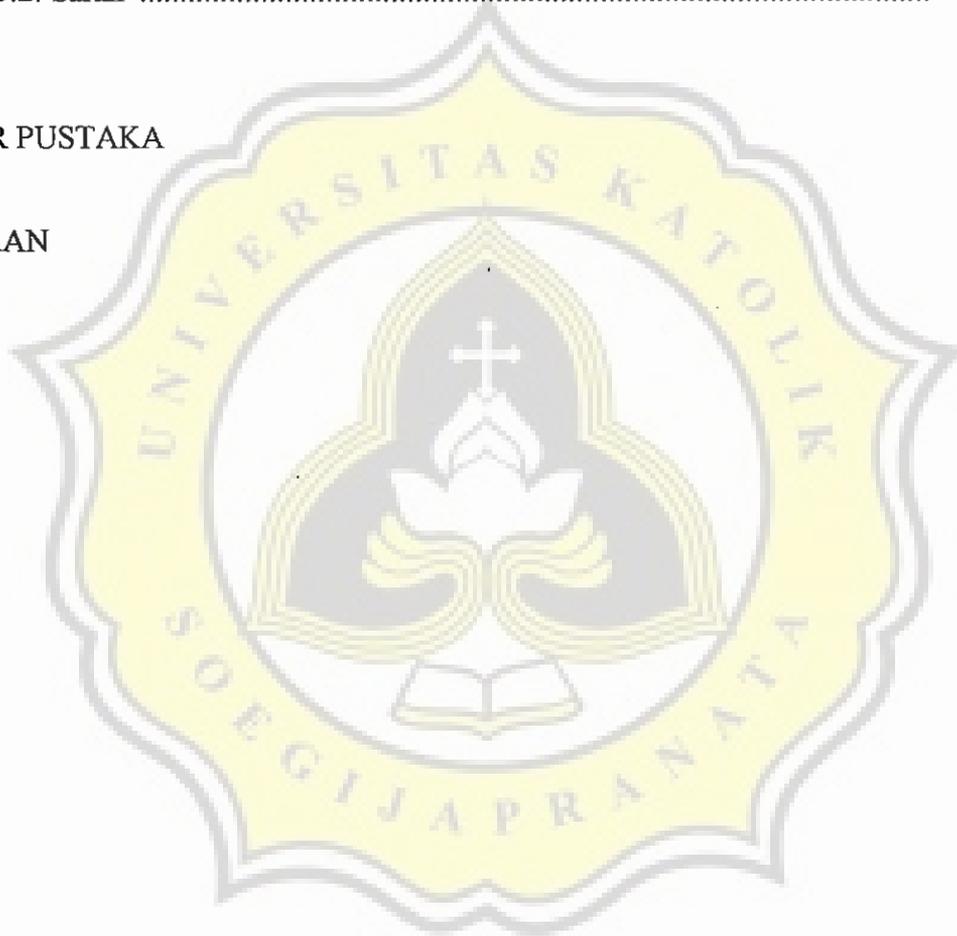
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Landasan Teori .....	9
2.1.1. Pengertian Jasa .....	9
2.1.2. Fasilitas .....	14
2.1.3. Pelayanan .....	15
2.1.4. Harga .....	20
2.1.5. Lokasi .....	23
2.2. Kerangka Pikir .....	32
2.3. Hipotesis .....	34
2.4. Definisi Operasional .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1. Obyek Penelitian .....	37
3.2. Populasi dan Sampel .....	37
3.3. Jenis Data .....	38
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.5. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.6. Metode Analisis Data .....	42
3.6.1. Analisis Kuantitatif .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Gambaran Umum Warnet “Muradi Net” .....	49

4.1.1. Sejarah Singkat Warnet “Muradi Net” .....	49
4.1.2. Struktur Organisasi Warnet “Muradi Net” .....	50
4.2. Identitas Responden .....	54
4.2.1. Jenis Kelamin Responden .....	54
4.2.2. Pendidikan Terakhir Responden .....	55
4.2.3. Pekerjaan Responden .....	56
4.2.4. Umur Responden .....	57
4.3. Analisis Data .....	58
4.3.1. Deskripsi Data Tanggapan Responden .....	58
4.3.1.1. Tanggapan Responden atas Variabel Fasilitas .....	60
4.3.1.2. Tanggapan Responden atas Variabel Pelayanan .....	67
4.3.1.3. Tanggapan Responden atas Variabel Harga .....	72
4.3.1.4. Tanggapan Responden atas Variabel Lokasi .....	76
4.3.1.5. Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Konsumen .....	78
4.3.2. Analisis Statistik .....	80
4.3.2.1. Hubungan Antara Fasilitas dengan Keputusan Konsumen .....	80
4.3.2.2. Hubungan Antara Pelayanan dengan Keputusan Konsumen .....	81
4.3.2.3. Hubungan Antara Harga dengan Keputusan Konsumen .....	82
4.3.2.4. Hubungan Antara Lokasi dengan Keputusan Konsumen .....	83
4.3.2.5. Hubungan Antara Fasilitas, Pelayanan, Harga	

dan Lokasi secara Bersama – sama dengan Keputusan Konsumen .....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1. Kesimpulan .....	86
5.2. Saran .....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Validitas Instrumen Fasilitas, Pelayanan, Harga, Lokasi dan Keputusan Konsumen .....	40
Tabel 3.2 : Reliabilitas Indikator Variabel Penelitian .....	41
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Konsumen / Pelanggan Warnet “Muradi Net” Semarang .....	54
Tabel 4.2 : Pendidikan Terakhir Konsumen/Pelanggan Warnet “Muradi Net” Semarang .....	55
Tabel 4.3 : Pekerjaan Konsumen/Pelanggan Warnet “Muradi Net” Semarang ..	56
Tabel 4.4 : Umur Konsumen/Pelanggan Warnet “Muradi Net” Semarang .....	57
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas Warnet “Muradi Net” Semarang .....	60
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden terhadap Variabel Pelayanan Warnet “Muradi Net” Semarang .....	68
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga Warnet “Muradi Net” Semarang .....	72
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi Warnet “Muradi Net” Semarang .....	76
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Konsumen Warnet “Muradi Net” Semarang .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Bagan 2.1.	: Proses Keterlibatan dan Tipe-tipe dalam Pembuatan Keputusan	30
Gambar 2.2	: Skema Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Warnet “Muradi Net” Semarang .....	51

