

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI AYOPOP**

TUGAS AKHIR



FATHURRAHMAN

1141001012

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI
AYOPOP**

TUGAS AKHIR

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



FATHURRAHMAN

1141001012

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Fathurrahman

NIM : 1141001012

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Fathurrahman
NIM : 1141001012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk dan Persepsi Harga Terhadap
Minat Beli Paket Data Pada Aplikasi Ayopop

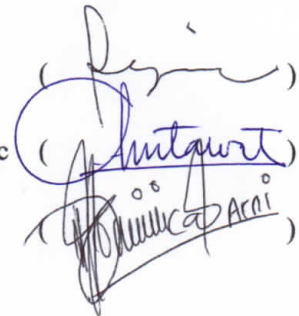
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M.

Penguji I : Maria Theresia Anitawati, Ir., M.S., M.Sc

Penguji II : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, karena atas rahmat, berkat serta karunian-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul "**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI AYOPOP**" dengan lancar. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi dan Rasul junjungan alam Nabi Muhammad Shalallahu 'Alayhi Wassalam.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk melaksanakan Tugas Akhir Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari 2019. Penyelesaian penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang Tua penulis yang senantiasa memberi segala dukungan setiap waktu
2. Pembimbing Penelitian yaitu Bapak Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M yang telah senantiasa memberikan bimbingan, saran, dan arahan sejak awal penulisan usulan penelitian ini
3. Maria Theresia Anitawati, Ir., M.S., M.Sc sebagai Dosen Penguji Penelitian 1 dan Dominica Arni Widyastuti, SE., MM Dosen Penguji Penelitian 2
4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen serta Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada peneliti selama masa perkuliahan serta masa penyelesaian tugas akhir.
5. Bapak Chiragh Manuhar Kripalani dan Bapak Jakob Friedemann Rost selaku *Founder* dan *Co-Founder* Ayopop yang telah memberikan penulis kesempatan dan dukungan terhadap penelitian ini.
6. Seluruh karyawan Ayopop khususnya *Product Department* dan *Operation Department*.

7. Teman-teman dari “Kepri *official*” Gizdy, Julianto dan Satya yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman dari aliansi “Nasi Padang *Alliance*” Danny, Dimas, Didit, Ava, M. Aqil, Bolang, dan Riris yang telah memberikan dukungan penuh untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam penelitian ini.
10. Serta rekan-rekan Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih betul dalam tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Jakarta, 20 Agustus 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathurrahman
NIM : 1141001012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada

Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI AYOPOP

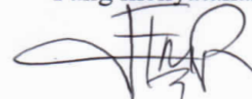
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Agustus 2019

Yang menyatakan



(Fathurrahman)

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI AYOPOP

Fathurrahman

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh variasi produk dan persepsi harga terhadap minat beli paket data pada aplikasi Ayopop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah Sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan alat bantu *software* SPSS versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial variasi produk dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen dengan nilai t tabel sebesar 1,985 dan dengan nilai signifikansi 0,000 untuk variabel variasi produk dan nilai t tabel sebesar 1,985 dan dengan nilai signifikansi 0,000 untuk variabel persepsi harga, (2) secara simultan seluruh variabel pada penelitian ini memberikan pengaruh positif terhadap minat beli masyarakat.

Kata Kunci : Variasi Produk, Persepsi Harga, Minat Beli

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION AND PRICE PERCEPTION TOWARDS PURCHASE INTENTION OF DATA PACKAGE OF AYOPOP APPLICATION

Fathurrahman

ABSTRACT

This research was done to analyze the influence of product variation and price perception towards purchase intention of data package of Ayopop application. This research was intended to discover how much the influence of product variation and price perception towards consumer purchase intention. This research is using quantitative method with 100 respondent as a sample which taken with purposive sampling technique. Method which have been used was multiple linear analysis with aiding tool software spss version 16.0. The results shows that (1) partially, product variation and price perception had positive impact towards consumer purchase intention, with t score of 1,985 and had significance score of 0,000 for product variation, and t score of 1,985 and significance score of 0,000 for price perception, (2) simultaneously, all variables in this research are having positive influence towards consumer purchase intention.

Keywords : Variance Product, Price Perception, Purchase Intention

DAFTAR ISI

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKET DATA PADA APLIKASI AYOPOP	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Grand Theory	8
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Bauran Pemasaran	10
2.3 Variasi Produk.....	11
2.4 Harga.....	12
2.5 Minat Beli	13
2.5.1 Pengertian Minat Beli	13
2.6 Penelitian Terdahulu	14

2.7	Hipotesis	16
2.8	Kerangka Teori.....	16
BAB 3	METODE PENELITIAN	17
3.1	Jenis Penelitian.....	17
3.2	Populasi dan Sampel	17
3.2.1	Populasi	17
3.2.2	Sampel.....	17
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.3	Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	19
3.3.1	Sumber Data.....	19
3.3.2	Pengumpulan Data	19
3.4	Variabel Penelitian	20
3.5	Skala Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel.....	20
3.6	Teknik Analisis Data	23
3.6.1	Uji Validitas.....	23
3.6.2	Uji Realibilitas	24
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6.4	Uji Simultan (F)	26
3.6.5	Uji Parsial (T).....	26
3.6.6	Uji Regresi Linear Berganda.....	26
3.6.1	Uji Koefisien Determinasi	27
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1	Analisis Data Responden.....	28
4.1.1	Sistem Operasi Responden	28
4.1.2	Identitas Responden.....	29
4.1.3	Tempat Tinggal Responden	30
4.1.4	Usia Responden	31
4.1.5	Pekerjaan Responden.....	33
4.1.6	Pendapatan Responden	34
4.2	Uji Validitas	35
4.3	Uji Realiabilitas.....	38

4.4	Uji Asumsi Klasik	39
4.4.1	Uji Normalitas.....	40
4.4.2	Uji Multikolinearitas	40
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	41
4.5	Uji Simultan (F)	42
4.6	Uji Parsial (T).....	43
4.7	Pembahasan.....	43
4.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.7.2	Koefisien Determinasi.....	46
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	47
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Variasi Produk Paket Data pada PPOB di Indonesia	4
Table 4.1 Data Penelitian Sistem Operasi Responden	28
Table 4.2. Data Responden Jenis Kelamin.....	29
Table 4.3 Tempat Tinggal Responden.....	30
Table 4.4 Usia Responden.....	32
Table 4.5 Pekerjaan Responden.....	33
Table 4.6 Pendapatan Responden.....	34
Table 4.7 Uji Validitas Variasi Produk	36
Table 4.8 Uji Validitas Persepsi Harga	37
Table 4.9 Uji Validitas Minat Beli	37
Table 4.10 Uji Realibilitas Variasi Produk	38
Table 4.11 Uji Realibilitas Persepsi Harga	39
Table 4.12 Uji Realibilitas Minat Beli	39
Table 4.13 Uji Normalitas.....	40
Table 4.14 Uji Multikolinearitas	41
Table 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	42
Table 4.16 Hasil Uji Simultan	42
Table 4.17 Hasil Uji Parsial.....	43
Table 4.18 Hasil Regresi Linier Berganda	44
Table 4.19 Hasil Koefisien Determinasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet tahun 2017	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.3 Tampilan awal Aplikasi Ayopop	3
Gambar 1.4 Presentase Rata-Rata Harga Produk.....	5
Gambar 4.1 Presentase Sistem Operasi Responden	29
Gambar 4.2 Presentase Jenis Kelamin Responden	30
Gambar 4.3 Presentase Tempat Tinggal Responden.....	31
Gambar 4.4 Presentase Usia Responden.....	32
Gambar 4.5 Presentase Pekerjaan Responden.....	33
Gambar 4.6 Presentase Pendapatan Responden.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	51
Lampiran 2 Karakteristik Responden	55
Lampiran 3 Uji Validitas	58
Lampiran 4 Uji Reabilitas	61
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	62
Lampiran 6 Uji Analisis Regresi	64