

**PENGARUH TELEMARKETING DAN INTERNET
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ENGLISH FIRST PEJATEN JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Manajemen
Universitas Bakrie



**Oleh :
Panka Gumilang
1091001151**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2014**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah orisinal karya dan penelitian dari penulis. Segala informasi dan data yang tertera pada penelitian ini adalah hasil karya dari para peneliti lain dan penulis telah mencantumkan sumber data secara benar. Segala hal yang ada dalam penelitian tugas akhir ini adalah sepenuhnya tanggung jawab dari penulis.

Nama : Panka Gumilang

NIM : 1091001151

Tanda Tangan :

Date : April 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Panka Gumilang
NIM : 1091001151
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Telemarketing dan Internet Marketing terhadap
Keputusan Pembelian konsumen English First Jakarta

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc, MBA., Ph.D (.....)
Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, M.sc, MBA., Ph.D (.....)
Penguji 2 : Holila Hatta S.Pd., MM (.....)
Penguji 3 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur terbesar penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kuasa yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir mengenai “Pengaruh Telemarketing dan Internet Marketing pada Keputusan Pembelian Konsumen English First Pejaten Jakarta” pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak seperti :

1. Pembimbing tugas akhir yang sangat baik dan sabar yaitu bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D yang telah bersedia membimbing penulis dari nol untuk penyelesaian tugas akhir ini. Pandangan, pengetahuan, dan ilmunya bermanfaat bagi penulis dan teman-teman satu bimbingan untuk menempuh jenjang hidup di masa yang akan datang.
2. Pembimbing tugas akhir kedua adalah Ibu Holila Hatta S.Pd., MM yang sangat ramah dan sangat membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Sifatnya yang sangat *supel* dan mudah diajak bertukar pikiran, membuat beliau menjadi figur seorang teman, kakak, dan pembimbing yang sempurna.
3. Selanjutnya yang tidak bisa dipungkiri lagi adalah kedua orang tua penulis, Bapak H. Husaini Nur S.E dan Ibu Hj. Yudha Rosida Husaini S.E yang menjadi faktor utama pacuan kesuksesan penulis umumnya dalam penyelesaian tugas akhir dan khususnya untuk kehidupan. Terima kasih *papah* dan *mamah* atas dukungan moril dan materil yang sangat tidak ternilai harganya.
4. Selain itu penulis juga berterima kasih kepada adik-adik penulis Pandu Pradikuswara dan Talitha Nabila Nurhuda adanya mereka menjadi pacuan penulis untuk menjadi seorang contoh kakak yang baik bagi mereka.

5. Terima kasih spesial ini selanjutnya penulis tujukan kepada teman-teman satu angkatan manajemen Universitas Bakrie angkatan 2009 seperti Aji, Joni, Fenny, Ilham, Benny, Vedrian (M08), Reihanna, Bahi, Ines, dan semua teman-teman yang mendukung dan saling membantu bahu-membahu dan jatuh-bangun atas perjuangannya menyelesaikan kuliah bersama-sama.
6. Terima kasih juga untuk semua dosen yang berkontribusi sumbangan ilmu, dukungan dan nasihatnya hingga sampai saatnya saya bisa menulis dan menyelesaikan tugas akhir ini terutama kepada Bapak Dipl. Ing. Sugiharto Adiputranto, MBA dan Ibu Tress Kusumawardhani S.E., MM nasihat mereka kepada penulis tidak akan pernah saya lupakan sampai kapanpun.
7. Selanjutnya penulis ingin berterima kasih kepada seluruh rekan kerja staf English First Pejabaten seperti mbak Ambar, mbak Shinta, mbak Eliza, mbak Putri, mbak Rahma, mbak Wita, mbak Lily, Alpian, dan Alpha. Terima kasih telah memberikan penulis kesempatan untuk bekerja di tempat yang luar biasa ini.
8. Terima kasih selanjutnya adalah untuk Ghina Septia Filiana S.E., terima kasih telah menjadi seorang teman, sahabat, kekasih, yang sempurna bagi penulis. Dia menjadi salah satu faktor dan pacuan terbesar bagi penulis untuk menjadi orang yang lebih baik dari sebelumnya.

Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar dalam penulisan berikutnya, penulis bisa lebih baik. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalam,

Jakarta, April 2014

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Panka Gumilang

NIM : 1091001151

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Telemarketing dan Internet Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen English First Pejaten Jakarta

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 16 Maret 2014

Yang Menyatakan

(Panka Gumilang)

PENGARUH TELEMARKETING DAN INTERNET MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ENGLISH FIRST PEJATEN JAKARTA

Panka Gumilang

ABSTRACT

This research examined the effect of Telemarketing and Internet Marketing towards English First Pejaten Costumer's Purchase Decision. This research attempt to find which factor have significant effect on costumer's purchase decision. The data of this study based on scientific journal, reference books, website, the result of the questionnaire, and interview. This research also conducted by using reliability test, validity test, classical assumption test, and multiple regression analysis based on previous research by Sir Francis Galton. The overall test based on multiple regression analysis, shows that English First Pejaten Jakarta costumer's purchase decision can be explained by both of the independent variable such as telemarketing and internet marketing. With telemarketing that have significant effect towards English First Pejaten Jakarta costumers purchase decision. Whereas internet marketing, doesn't have significant effect toward English First Pejaten Jakarta costumers purchase decision.

Keywords : Telemarketing, Internet Marketing, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Telemarketing dan Internet Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen English First Pejaten Jakarta. Selain itu ingin diuji pula apakah kedua variabel ini berpengaruh positif atau tidak terhadap keputusan pembelian. Data yang dipergunakan berdasarkan dari jurnal ilmiah, buku referensi, situs *website*, hasil kuesioner, dan hasil wawancara. Model pengujian menggunakan metode uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik) dan uji analisis regresi linear berganda. Adapun hasil dari penelitian ini menggunakan metode uji analisis regresi linear berganda yang dikemukakan oleh Sir Francis Galton, menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen English First Pejaten Jakarta dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini, yakni telemarketing dan internet marketing. Dengan telemarketing yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen English First Pejaten Jakarta. Sedangkan internet marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen English First Pejaten Jakarta.

Kata kunci : Telemarketing, Internet Marketing, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	6
2.1 Pengertian Telemarketing.....	6
2.2 Jenis Telemarketing.....	7
2.3 Pengertian Internet Marketing	8
2.4 Jenis Internet Marketing.....	10
2.5 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.7 Penelitian Terdahulu	16
2.8 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.3 Variabel Penelitian	23
3.4 Pengukuran Penelitian	23
3.5 Operasional Variabel	24
3.6 Teknik Analisis Data	25

3.7 Metode Analisis Data	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Latar Belakang Responden... ..	28
4.2 Uji Instrumen.....	29
4.3 Analisis Deskriptif	31
4.4 Uji Asumsi Klasik	35
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.6 Profil Perusahaan English First Pejaten.....	40
4.7 Program Kursus di English First Pejaten.....	40
4.8 Pembahasan.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.1 Analisis Frekuensi (n=80)	28
Tabel 3.2 Pengujian Validitas.....	29
Tabel 3.3 Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas (n=30)... ..	31
Tabel 5.1 Analisis Deskriptif Telemarketing.....	32
Tabel 5.2 Analisis Deskriptif Internet Marketing.....	33
Tabel 5.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 6.1 Analisis Regresi Linear.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Kerja Telemarketing.....	7
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	13
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Scatterplot.....	36
Gambar 4.2 Histogram.....	37
Gambar 4.3 Normal P-Plot of Regression.....	37