

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN
INTERNET *SPEEDY* DI KOTA SEMARANG
MENGUNAKAN *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)***



TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :
BELLA CYNTHIA DEVI
240 102 111 300 64

**JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS SAINS DAN MATEMATIKA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2015

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN
INTERNET *SPEEDY* DI KOTA SEMARANG
MENGUNAKAN *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)***

Oleh :
BELLA CYNTHIA DEVI
240 102 111 300 64

Tugas Akhir

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada
Jurusan Statistika Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro

**JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS SAINS DAN MATEMATIKA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

HALAMAN PENGESAHAN I

Judul : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
dan Kepuasan Konsumen pada Layanan Internet *Speedy* di Kota
Semarang Menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

Nama : Bella Cynthia Devi

NIM : 24010211130064

Telah diujikan pada sidang Tugas Akhir tanggal 26 Mei 2015 dan dinyatakan
lulus pada tanggal 29 Mei 2015

Semarang, 29 Mei 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Statistika

ESM UNDIP,



Dra. Dwi. E. Spriyanti, M.Si

NIP. 195709141986032001

Panitia Penguji Tugas Akhir

Ketua,

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Prof. Mustafid, is written over the text.

Prof. Mustafid, M.Eng, PhD

NIP. 195505281980013002

HALAMAN PENGESAHAN II

Judul : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
dan Kepuasan Konsumen pada Layanan Internet *Speedy* di Kota
Semarang Menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

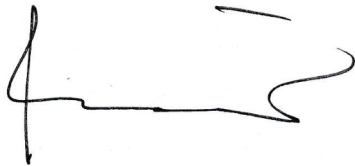
Nama : Bella Cynthia Devi

NIM : 24010211130064

Telah diujikan pada Sidang Tugas Akhir tanggal 26 Mei 2015.

Semarang, 29 Mei 2015

Pembimbing I



Abdul Hoyyi, S.Si, M.Si
NIP. 197202022008011018

Pembimbing II



Moch. Abdul Mukid, S.Si, M.Si
NIP. 197808172005011001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan judul “**Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Layanan Internet *Speedy* di Kota Semarang Menggunakan *Partial Least Square (PLS)*”**”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan yang diberikan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Dwi Ispriyanti, M.Si sebagai Ketua Jurusan Statistika Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro.
2. Bapak Abdul Hoyyi, S.Si.,M.Si dan Moch.Abdul Mukid, S.Si, M.Si selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II.
3. Ibu Khadziqoh Eko Putri, ST selaku Manager War Room PT. TELKOM Witel Jateng Utara.
4. Bapak Hendro Cahyadianto, S.Kom selaku pembimbing selama penelitian di PT. TELKOM Witel Jateng Utara.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Statistika Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

Persepsi konsumen terhadap tuntutan kebutuhan layanan internet *Speedy* sangat beragam. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum menggunakan layanan akses internet, faktor tersebut diantaranya harga, merek dan kualitas. Di lain pihak, konsumen akan merasa puas jika layanan internet *Speedy* melebihi harapan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan layanan internet *Speedy* diungkapkan secara komprehensif dengan persamaan struktural berbasis komponen, *Partial Least Square* (PLS). PLS mengestimasi model hubungan antar variabel laten dan antar variabel laten dengan indikatornya. Dari hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa keputusan pembelian layanan internet *Speedy* dipengaruhi oleh harga, merek dan kualitas, sedangkan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh keputusan pembelian dan kualitas.

Kata kunci : *Partial Least Square*, *Speedy*, keputusan pembelian, kepuasan

ABSTRACT

Consumer's perception toward the demand of Speedy internet service varies. There are several factors being considered by consumer before using internet access service, for instance, price, brand, and quality. On the other hand, consumer will be satisfied if Speedy internet service exceeds consumer's expectation. Factors that affect buying decision and satisfaction over Speedy internet service being disclosed comprehensively by using component based structural equation, Partial Least Square (PLS). PLS estimates relationship model within latent variables and between latent variable to its indicators. From the analysis, the conclusion is that buying decision over Speedy internet service being affected by price, brand, and quality. While, consumer's satisfaction is influenced by buying decision and quality.

Keywords: *Partial Least Square, Speedy, buying decision, satisfaction*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen.....	5
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.2.2 Citra Merek.....	9
2.2.3 Harga.....	12
2.2.4 Kualitas Produk.....	14
2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Gambaran Umum <i>Speedy</i>	17

2.3 Skala Pengukuran.....	20
2.4 Validitas dan Reliabilitas	21
2.5 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	23
2.6 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Data Penelitian	45
3.2 Variabel Penelitian.....	46
3.3 Metode Analisis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	55
4.3 Analisis Model Penelitian.....	56
4.3.1 Spesifikasi Model.....	56
4.3.2 Pemodelan PLS.....	60
4.3.3 Estimasi Parameter.....	60
4.3.4 Evaluasi Model.....	61
4.3.5 Pemodelan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen....	68
4.3.6 Pengaruh antar Variabel Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Tahapan Proses Pembelian.....	7
Gambar 2. Rekomendasi Ukuran Sampel PLS	25
Gambar 3. Diagram Jalur Hubungan Reflektif	29
Gambar 4. Diagram Jalur Hubungan Formatif	30
Gambar 5. Diagram Jalur Hubungan MIMIC	30
Gambar 6. Tahap Algoritma PLS	38
Gambar 7. Prosedur <i>Bootstrapping</i>	43
Gambar 8. Diagram Alir Analisis	49
Gambar 9. Konstruksi Diagram Jalur.....	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Akses Internet	54
Tabel.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan <i>Speedy</i>	54
Tabel 8. Uji Validitas	55
Tabel 9. Uji Reliabilitas	56
Tabel 10. Indeks Skor Variabel Laten.....	60
Tabel 11. Nilai <i>Composite Reliability</i>	61
Tabel 12. Nilai AVE	62
Tabel 13. <i>Cross-Loading</i>	63
Tabel 14. Uji t untuk <i>Loading</i>	66
Tabel 15. Uji t untuk Koefisien Jalur	66
Tabel 16. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Antar Variabel.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini istilah teknologi bukanlah merupakan hal asing bagi masyarakat. Kebutuhan teknologi informasi dan telekomunikasi antar individu di berbagai lapisan masyarakat semakin mengalami kemajuan. Kemudahan dan kehandalan komunikasi yang tercipta saat ini memberikan motivasi setiap masyarakat untuk dapat berinteraksi secara sistematis, cepat, mudah dan murah serta terhubung dimana dan kapan saja mereka inginkan. Internet adalah jantung era informasi saat ini, karena internet merupakan jaringan komputer di seluruh dunia yang menghubungkan ratusan bahkan ribuan jaringan, misalnya jaringan pendidikan, komersial, nirlaba, militer bahkan jaringan individu.

Kehadiran internet ditengah masyarakat tentunya didukung oleh perusahaan penyedia jasa akses internet atau biasa disebut *Internet Service Provider* (ISP). Salah satu perusahaan penyedia jasa akses internet atau ISP di Indonesia adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom). PT Telkom meluncurkan jasa layanan akses internet *Speedy* sejak beberapa tahun yang lalu. *Speedy* adalah Layanan Internet *Access end to end* dari PT TELKOM dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa yang disalurkan dari Modem *Broadband Remote Access Server* (BRAS) di sisi perangkat TELKOM.

Persepsi konsumen terhadap tuntutan kebutuhan layanan internet *Speedy* memang sangat beragam. Hal ini bergantung pada konsumen yang akan memanfaatkan semua fasilitas yang ada di layanan tersebut. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum menggunakan layanan internet *Speedy*, faktor tersebut diantaranya harga, merek dan kualitas. Kualitas identik dengan kinerja produk, sehingga menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian. Harga identik dengan biaya yang dikeluarkan atau dikorbankan untuk memperoleh sebuah produk. Faktor merek juga menjadi pertimbangan karena merek memberikan keyakinan kepada konsumen terhadap kinerja produk.

Di lain pihak, apabila layanan internet *Speedy* melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan menyampaikan hal-hal yang baik kepada orang lain. Bagi semua perusahaan, baik yang menjual produk maupun jasa, perilaku konsumen pasca pembelian, akan menentukan minat konsumen apakah mereka akan membeli lagi produk perusahaan yang ditawarkan tersebut. Ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli produk perusahaan yang ditawarkan lagi setelah mereka merasakan ketidaksesuaian kualitas produk yang didapatkan dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen terhadap layanan internet *Speedy* melibatkan beberapa variabel. Variabel-variabel yang digunakan merupakan variabel laten yang tidak bisa diukur secara langsung. Proses ini memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit

secara simultan, sehingga dibutuhkan teknik analisis yang mampu mengakomodasi seluruh variabel dengan baik yaitu pemodelan persamaan struktural atau *Structural Equation Modeling*.

Teknik SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah salah satu kajian bidang statistika yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah penelitian, dimana peubah bebas maupun peubah respon adalah peubah yang tak terukur. SEM dapat menguji secara simultan sebuah hubungan yang relatif sulit terukur. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan yang dibentuk dari salah satu atau lebih peubah bebas dengan satu atau lebih peubah tidak bebas. Terdapat dua model persamaan struktural yang dapat diaplikasikan kedalam sebuah penelitian yaitu *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CBSEM) dan *Component Based Structural Equation Modeling* atau dikenal dengan *Partial Least Square* (PLS).

Partial Least Square merupakan metode analisis yang tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi normal multivariat, indikator dapat menggunakan skala pengukuran nominal, ordinal, interval dan rasio serta ukuran sampel tidak harus besar. PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori selain untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Oleh karena itu penelitian dalam Tugas Akhir ini menggunakan metode *Partial Least Square*.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*?
4. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian layanan internet *Speedy* terhadap kepuasan konsumen?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai pada penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian layanan internet *Speedy*.
4. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian layanan internet *Speedy* terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.