

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LISTRIK PRABAYAR PT PLN
DISJAYA & TANGERANG AREA CIKOKOL**

SKRIPSI

Nama : M. Arief Kurniadi
Nim : 43108010 – 222



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LISTRIK PRABAYAR PT PLN
DISJAYA & TANGERANG AREA CIKOKOL**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : M. Arief Kurniadi
Nim : 43108010 – 222



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Arief Kurniadi

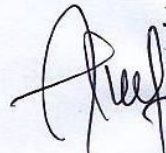
NIM : 43108010222

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Februari 2012

(M. Arief Kurniadi)

NIM: 43108010222

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Arief Kurniadi

NIM : 43108010222

Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap
Keputusan Penggunaan Listrik Prabayar PT PLN Disjaya &
Tangerang Area Cikokol

Tanggal Lulus Ujian : 20 Maret 2012

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

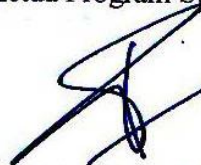

Tafiprios, SE., MM.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.

Ketua Program Studi Manajemen - S1



H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM.

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan Listrik
Prabayar PT PLN Disjaya & Tangerang Area Cikokol**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

M. Arief Kurniadi

43108010222

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Maret 2012

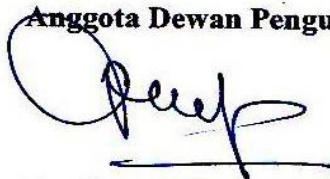
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/ Pembimbing Skripsi



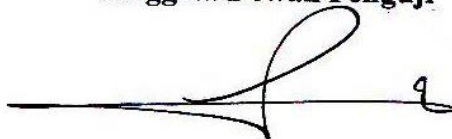
Tafiprios, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji



Dr. Cecep Winata, M.Si.

Anggota Dewan Penguji



Yuhasril, SE., ME.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan Program Listrik Prabayar PT PLN Persero Disjaya & Tangerang Area Cikokol”

Penyusunan skripsi ini guna memenuhi gelar sarjana manajemen pemasaran. Penulis telah banyak mendapat bantuan, support, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana
2. Bapak Tafiprios, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta berbagai ilmu sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik
3. PT PLN Persero Disjaya & Tangerang Area Cikokol khususnya staff bidang niaga yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi yang penulis butuhkan sehingga memperlancar penyusunan skripsi ini
4. Keluarga tercinta: Bapak H. Bachrul S.H dan Ibu Tati Hartiana serta saudara-saudara penulis dr. Fijri, Barkah dan Laily yang telah memberikan dukungan begitu besar dan selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menghadapi segala hambatan
5. Sahabat-sahabat penulis Annesia yang sudah berbagi ilmu kepada penulis, Angga yang sudah banyak membantu diperguruan dan selama kegiatan perkuliahan, Yudi, Rendy, bang ifi, mbak Reni dan rekan rekan penulis lainnya terima kasih atas dukungan dan persahabatan selama ini
6. Rekan rekan penulis dikampus, khususnya teman-teman di KSPM dan Taekwondo serta teman-teman kelas penulis terima kasih atas bantuan dan dukungan selama ini
7. Dan semua pihak yang ikut serta membantu penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan mendapat barokah dari Allah SWT.

Jakarta, Februari 2012

M. Arief Kurniadi
43108010222

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Peneliti.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	8
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	9
2.4 Klasifikasi Bauran Pemasaran Jasa.....	10
a. Produk.....	10
b. Harga.....	12
c. Tempat	13
d. Promosi.....	13
e. Orang	14
f. Proses.....	15
g. Layanan Pelanggan	16
2.5 Teori Keputusan Konsumen	17

BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi.....	18
3.1.1 Profil PT PLN (Persero).....	18
3.1.2 Visi PT PLN (Persero)	19
3.1.3 Misi PT PLN (Persero)	19
3.1.4 Motto PT PLN (Persero).....	20
3.1.5 Logo Perusahaan.....	20
3.2 Gambaran Umum perusahaan.....	21
3.2.1 Area Unit Kerja.....	22
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.3.1 Variabel Independent.....	23
3.3.2 Variabel Dependent.....	23
3.4 Hipotesis Penelitian.....	24
3.5 Variabel dan Skala Pengukuran.....	24
3.5.1 . Skala Pengukuran.....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7.1 Data Primer.....	26
a. Kuesioner	26
3.8 Populasi dan Sampel.....	27
3.8.1 Populasi	27
3.8.1 Sampel	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Validitas.....	29
3.9.2 Reliabilitas	30
3.9.3 Analisis Regresi Berganda.....	30
3.9.4 Uji Hipotesis t.....	31
3.9.5 Uji Hipotesis f	32

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Bauran Pemasaran PT PLN Disjaya & Tangerang Area Cikokol.....	32
4.2 Karakteristik Responden.....	37
a. Jenis Kelamin.....	37
b. Usia.....	38
c. Pendapatan.....	39
d. Pekerjaan.....	40
4.3 Analisis Jawaban Kuesioner.....	41
4.3.1 Analisis Jawaban Kuesioner Variabel Bauran Pemasaran.....	41
4.3.2 Analisis Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Penggunaan.....	61
4.4 Uji Validitas	65
4.5 Uji Reliabilitas	74
4.6 Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda.....	80
4.6.1 Uji Parsial T-Test.....	81
4.6.2 Uji Simultan F-Test.....	84
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
 DAFTAR PUSTAKA.....	88
 LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 3.1	Logo PT PLN (Persero).....	21

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Opersional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Daftar TDL LPB.....	33
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.3 Usia Responden.....	38
Tabel 4.4 Pendapatan Responden.....	39
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.6 Pernyataan Berdasar Kebutuhan Produk.....	42
Tabel 4.7 Pernyataan Berdasar Indikator Manfaat Produk.....	43
Tabel 4.8 Pernyataan Berdasar Indikator Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.9 Pernyataan Berdasar Indikator Tarif Sesuai Harapan.....	45
Tabel 4.10 Pernyataan Berdasar Indikator Tarif Sesuai Kelebihan.....	46
Tabel 4.11 Pernyataan Berdasar Indikator Lokasi Strategis.....	47
Tabel 4.12 Pernyataan Berdasar Indikator Mudah Dijangkau Transpor..	48
Tabel 4.13 Pernyataan Berdasar Indikator Lokasi Dipusat Kota.....	49
Tabel 4.14 Pernyataan Berdasar Indikator Promosi.....	50
Tabel 4.15 Pernyataan Berdasar Indikator Pesan dan Informasi.....	51
Tabel 4.16 Pernyataan Berdasar Indikator Kompetensi Pegawai.....	52
Tabel 4.17 Pernyataan Berdasar Indikator Keramahan dan Kepedulian..	53
Tabel 4.18 Pernyataan Berdasar Indikator Profesionalitas.....	54
Tabel 4.19 Pernyataan Berdasar Indikator Proses Pengajuan.....	55
Tabel 4.20 Pernyataan Berdasar Indikator Sistem Pembayaran.....	56
Tabel 4.21 Pernyataan Berdasar Indikator Kenyamanan Kantor.....	57
Tabel 4.22 Pernyataan Berdasar Indikator Fasilitas Bangunan.....	58
Tabel 4.23 Pernyataan Berdasar Indikator Pelayanan.....	59
Tabel 4.24 Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran.....	60
Tabel 4.25 Pernyataan Berdasar Indikator Inisiatif Informasi.....	61
Tabel 4.26 Pernyataan Berdasar Indikator Keaktifan.....	62
Tabel 4.27 Pernyataan Berdasar Indikator Ketepatan Memilih.....	63
Tabel 4.28 Pernyataan Berdasar Indikator Kepuasan Memilih.....	64
Tabel 4.29 Rekapitulasi Variabel Keputusan Penggunaan.....	65

Tabel 4.30	Uji Validitas Produk.....	66
Tabel 4.31	Uji Validitas Harga.....	67
Tabel 4.32	Uji Validitas Tempat.....	68
Tabel 4.33	Uji Validitas Promosi.....	69
Tabel 4.34	Uji Validitas Orang.....	70
Tabel 4.35	Uji Validitas Proses.....	71
Tabel 4.36	Uji Validitas Layanan Pelanggan.....	72
Tabel 4.37	Uji Validitas Keputusan Penggunaan.....	73
Tabel 4.38	Uji Reliabilitas Produk.....	74
Tabel 4.39	Uji Reliabilitas Harga.....	75
Tabel 4.40	Uji Reliabilitas Tempat.....	76
Tabel 4.41	Uji Reliabilitas Promosi.....	77
Tabel 4.42	Uji Reliabilitas Orang.....	77
Tabel 4.43	Uji Reliabilitas Proses.....	78
Tabel 4.44	Uji Reliabilitas Layanan Pelanggan.....	78
Tabel 4.45	Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan.....	79
Tabel 4.46	Koefisien Determinasi dan Korelasi.....	80
Tabel 4.47	Uji Koefisien t.....	82
Tabel 4.48	Uji F Anova.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Uji Validitas.....	89
Lampiran 2	Hasil Uji Reliabilitas.....	93
Lampiran 3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
Lampiran 4	Kuesioner.....	96
Lampiran 5	Data.....	99