

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT PRODUK, KEMASAN,
DAN LAYANAN PELENGKAP PROGRAM ADD-ON MINIPACK
INDIHOME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MASA
COVID-19**

(Studi pada PT.Telkom Indonesia Di Duren sawit)

SKRIPSI

OLEH :

SUCI SULISTYANINGRUM

2113000197



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT PRODUK, KEMASAN,
DAN LAYANAN PELENGKAP PROGRAM ADD-ON MINIPACK
INDIHOME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MASA
COVID-19 (Studi Pada PT.Telkom Indonesia Di Duren sawit)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 23 Februari2021

Suci Sulistyaningrum
NPM2113000197

PERSTUJUAN BIMBINGAN

Karya ilmiah dengan judul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT PRODUK, KEMASAN,
DAN LAYANAN PELENGKAP PROGRAM ADD-ON MINIPACK
INDIHOME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MASA
COVID-19 (Studi Pada PT.Telkom Indonesia Di Duren sawit)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 23 Februari 2021

Pembimbing,

Kepala Program Studi

S-1 Manajemen


Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.


Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN

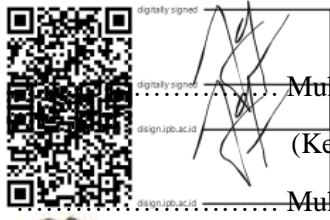
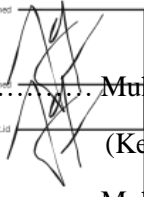

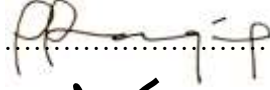

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT PRODUK, KEMASAN,
DAN LAYANAN PELENGKAP PROGRAM ADD-ON MINIPACK
INDIHOME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MASA
COVID-19**

(Studi pada PT.Telkom Indonesia Di Duren sawit)

Telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) , Pada tanggal 26 Februari 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

- 
1.  Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1)
2.  Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. (Pembimbing)
3.  Dr. Ir. Meita Pragiwani, .MM. (Anggota Penguji)
4.  Lina Noersanti, S.Si , M.Si (Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak dan ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Ir. Diah Pranitasari, MBA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Orang tua mama Parmini dan ayah Teguh Sulisty, S.T yang telah memberikan yang terbaik bagi penulis serta selalu memberikan dukungan yang sebesar-besarnya baik moril dan materil serta memberi semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adikku tercinta Isnaini Sukra, dan Ahmad syarif Meilano yang selalu memberikan doa, menyemangati agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Bapak Joyo. Selaku HR PT Telkom Indonesia Area Jakarta Timur dan juga seluruh karyawan yang telah membantu memberikan data dan bantuan yang dibutuhkan peneliti.
10. Teman teman angkatan C 2013 dan sahabat saya (terutama Suzana Aulia) atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.
11. Suami saya (Guntur Armandho Pratama, S.kom) yang telah mendoakan serta dukungan yang diberikan dan semangat.
12. Untuk Diri saya sendiri, Terimakasih sudah kuat menjalani hari-hari dengan sabar dan ikhlas , dan sudah yakin setelah badai akan datang pelangi.
13. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari2021

Suci Sulistyaningrum

NPM2113000197

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suci Sulistyaningrum

NPM : 2113000197

Program Studi : S-1 Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT PRODUK, KEMASAN,
DAN LAYANAN PELENGKAP PROGRAM ADD-ON MINIPACK
INDIHOME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MASA
COVID-19 (Studi Pada PT.Telkom Indonesia Di Duren sawit)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas RoyaltiNoneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Februari 2021

Yang menyatakan,

Suci Sulistyaningrum

Suci Sulistyaningrum

2113000197

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ATRIBUT
PRODUK, KEMASAN, DAN LAYANAN PELENGKAP
PROGRAM ADD-ON MINIPACK INDIHOME
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT TELKOM
INDONESIA DI DUREN SAWIT PADA MASA COVID-19**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Attribute Produk, Kemasan, Layanan Pelengkap terhadap Minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen PT Telkom Indonesia pengguna Indihome di Duren Sawit Jakarta Timur.

Strategi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi *metode Asosiatif*. yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuesioner dimana data diperoleh melalui kuesioner dan data yang dikumpulkan dari pertanyaan dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Rumus yang digunakan adalah rumus *slovin* dan Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*.

Kata Kunci : Atribute Produk, Kemasan dan Layanan Pelengkap Terhadap Minat Beli Konsumen

Suci Sulistyaningrum
2113000197
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

MARKETING STRATEGY ANALYSIS ATTRIBUTES OF PRODUCTS, PACKAGING AND COMPLETE SERVICES OF PROGRAM ADD-ON MINIPACK INDIHOME TO INTEREST IN BUYING CUSTOMERS PT TELKOM INDONESIA AT DUREN SAWIT AT THE TIME COVID-19

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the effect of product attributes, Packaging, Complete Services to Interest In Buying Customers. This research was conducted on consumers PT Telkom Indonesia Indihome users atDuren Sawit Jakarta Timur.

The research strategy used in this research is the associative method strategy. namely research that aims to determine the effect or also the relationship between two or more variables. The research method used in this study is a questionnaire research method where data is obtained through a questionnaire and data collected from questions with a sample size of 100 people. The formula used is the Slovin formula and the sampling method used in this study is Simple Random Sampling.

Kata Kunci : Attribute Product, Packaging dan Complet services To Interest of buying Customer

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.2 Pemasaran	15
2.2.3 Strategi Pemasaran	17
2.2.4 Atribute Produk	18
2.2.5 Indikator Atribute Produk.....	19
2.2.6 Kemasan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Indikator Kemasan	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Layanan Pelengkap Dan Indikatornya	24
2.2.9 Minat Beli Konsumen	25
2.2.10 Faktor-Faktor Minat Beli.....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	27
2.3.1 Hubungan antara Atribute Produk Terhadap Minat Beli.....	27
2.3.2 Hubungan antara Kemasan Terhadap Minat Beli	28
2.3.3 Hubungan antara Layanan Pelengkap Terhadap Minat Beli	30
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	30
2.5 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Strategi Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi penelitian	34
3.2.2 Sampel penelitian	35
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Operasional Variabel.....	39
3.5 Metode Analisis Data	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2 Deskripsi Responden.....	51
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	51
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	51
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan Domisili.....	52
4.3 Hasil Pengujian Dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Instrumen Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Instrumen Reabilitas	56
4.4 Analisis Statistik Data	58
4.4.1 Uji Normalitas	58
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.	60
4.4.4 Uji Hipotesis	60
4.5 Temuan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
 BAB V SIMPULAN Dan SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67

Daftar Gambar

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian	30
Gambar 2. Hipotesis Dan Teori	31
Gambar 3. Operasional Variabel Atribute Produk	40
Gambar 4. Operasional Variabel Kemasan	41
Gambar 5. Operasional Variabel Layanan Pelengkap.....	43
Gambar 6. Operasional Variabel Minat Beli	44
Gambar 7. Diagram Skala Likert.....	45
Gambar 8. Tingkat Reabilitas	47
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	53
Gambar 13. Hasil Uji Validitas Atribute Produk	54
Gambar 14. Hasil Uji Validitas Kemasan.....	54
Gambar 15. Hasil Uji Validitas Layanan Pelengkap.....	55
Gambar 16. Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	55

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Lampiran	67
Lampiran 2. Hasil Angket	69
Lampiran 3. Uji SPSS Validitas Atribute Produk	79
Lampiran 4. Uji SPSS Validitas Kemasan.....	79
Lampiran 5. Uji SPSS Validitas Layanan Pelengkap.....	80
Lampiran 6. Uji SPSS Validitas Minat Beli	81
Lampiran 7. Uji Reabilitas Atribute Produk	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8. Uji Reabilitas Kemasan.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9. Uji Reabilitas Layanan Pelengkap	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10. Uji Reabilitas Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 11. Uji Normalitas.....	82
Lampiran 12. Uji Regresi Berganda	83
Lampiran 13. Uji Determinasi	83
Lampiran 14. Uji T	83
Lampiran 15. Uji F	84