

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Teknologi informasi pada zaman era globalisasi ini sangat berkembang pesat. Teknologi informasi yang saat ini berkembang adalah komunikasi. Sarana komunikasi sangat dibutuhkan manusia untuk kelangsungan hidup, komunikasi merupakan alat yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat kerja, dalam masyarakat, atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi.

Menurut Pawito dan C Sardjono komunikasi adalah sebagai suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap atau perilaku *overt* lainnya. Sekurang-kurangnya didapati empat unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber (*the source*), pesan (*the message*), saluran(*the channel*) dan penerima (*the receiver*).<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin handal, efektif dan ekonomis sudah menjadi kebutuhan yang mendasar karena dengan adanya

---

<sup>1</sup>Pawito, dan C Sardjono.*Teori-Teori Komunikasi*.Buku Pegangan Kuliah Fisipol Komunikasi Massa S1 Semester IV.(Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 1994), 55.

komunikasi manusia dapat saling mengenal dan berinteraksi dari satu dengan lainnya, hal tersebut dapat dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al Hujarat ayat 13 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ

أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنْتَقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*Artinya : “Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal sesungguhnya orang yang paling mulia disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (surat: al-Hujurat, ayat 13).<sup>2</sup>*

Berdasarkan ayat di atas jelas bahwa manusia memang diciptakan untuk saling mengenal dan berinteraksi satu dengan yang lain agar tercipta komunikasi, karena hakekat manusia umum (*human nature in general*) yaitu manusia merupakan makhluk sosial. Menurut pandangan sosialis manusia itu sebenarnya adalah makhluk sosial bukan individu.<sup>3</sup>

Untuk mewujudkan hal itu, manusia harus menjalin komunikasi dengan orang lain. Seiring berjalannya waktu, sarana komunikasi semakin berkembang, dulu komunikasi dilakukan dengan cara mengirim surat, selain itu juga ada yang menggunakan teknologi informasi seperti telepon kabel, faxsimile, dll. Tentunya

---

<sup>2</sup> Yayasan Penyelenggara dan Penafsir, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung : Depag RI, 2006, 412.

<sup>3</sup> Arnicum Azis, Hartono, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta : Bumi Aksara, 1997, 85.

banyak kelemahan-kelemahan pada teknologi informasi zaman dulu, maka dari itu diciptakan teknologi informasi yang terbaru yaitu telepon genggam.

Telepon genggam atau telepon seluler atau *handphone* (HP) adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (*portabel/mobile*) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (*nirkabel wireless*).<sup>4</sup>Selain berfungsi untuk melakukan dan menerima panggilan telepon, telepon genggam juga bisa untuk menerima dan mengirim pesan singkat (*Short Message Service*). Ada pula penyedia jasa telepon genggam di beberapa negara yang menyediakan layanan generasi ketiga (3G) dengan menambahkan jasa videophone, sebagai alat pembayaran, maupun untuk televisi online di telepon genggam mereka.

Telepon genggam merupakan salah satu dari teknologi informasi yang canggih. Hal ini dikarenakan telepon genggam mampu mengakses informasi yang ada di seluruh penjuru dunia dalam waktu yang relatif singkat dan hampir bersamaan. Sekarang telepon genggam menjadi gadget yang multifungsi. Mengikuti perkembangan teknologi digital, kini telepon genggam juga dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur seperti bisa menangkap siaran radio, televisi, perangkat lunak, pemutar audio (MP3), video, kamera digital, game, dan layanan internet (WAP, GPRS, 3G, bahkan sekarang sudah ada layanan internet yang

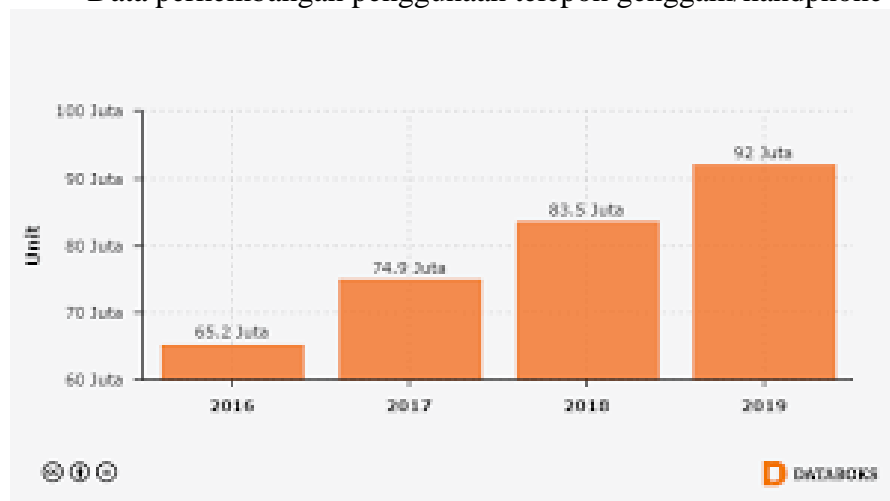
---

<sup>4</sup>A. Zambrana, “*Pengertian Telepon Genggam*”, [www.Mokletrpl2.Blogspot.com](http://www.Mokletrpl2.Blogspot.com), diakses pada 06 Oktober 2018.

berbasis 4G).<sup>5</sup> Selain fitur-fitur tersebut telepon genggam sekarang sudah ditanamkan fitur komputer, jadi di telepon genggam tersebut orang bisa mengubah fungsi telepon genggam tersebut menjadi mini komputer.

Seiring berjalannya waktu, pengguna telepon genggam/handphone di dunia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut data yang menunjukkan bahwa pengguna telepon genggam/handphone mengalami peningkatan :

Gambar 1.1  
Data perkembangan penggunaan telepon genggam/handphone



Sumber : Databoks<sup>6</sup>

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 pengguna handphone mencapai 65,2 juta. Pada tahun 2017 pengguna handphone mengalami peningkatan yaitu 74,9 juta. Pada tahun 2018 pengguna handphone mengalami

<sup>5</sup>Suryani, *Global System for Mobile Communication (GSM)*, Jakarta : Grasindo, 2005, 30.

<sup>6</sup> Katadata.co.id, Diakses pada 13-08-2019.

peningkatan lagi sebesar 83,5 juta pengguna. Dan pada tahun 2019 pengguna handphone mengalami peningkatan mencapai 92 juta pengguna.

Saat ini hampir semua orang memiliki telepon genggam tidak terkecuali para pelajar di sekolah. Saat ini sudah banyak pelajar yang memiliki telepon genggam dengan berbagai macam merk dan fasilitas di dalamnya. Telepon genggam selain menjadi kebutuhan, juga menjadi tren di kalangan pelajar. Belakangan ini sudah banyak pelajar yang menggunakan telepon genggam, baik digunakan untuk berfoto, maupun berkomunikasi dengan teman lainnya. Telepon genggam seakan-akan sudah menjadi gaya hidup di kalangan pelajar.

Untuk menunjang kebutuhan sekolah, telepon genggam sangat berguna bagi pelajar. Terutama dalam hal pembelajaran, biasanya pelajar sering menggunakan telepon genggam untuk mencari tugas atau materi pelajaran di internet. Selain itu telepon genggam juga bisa digunakan untuk mengoleksi berkas atau menyimpan file serta mudah dibawa kemana-mana sehingga pelajar bisa mencatat informasi bermanfaat, bahan pelajaran serta menyimpannya di telepon genggam sehingga dapat menghafalnya dimana saja serta kapan saja.

Disini peneliti mengambil lokasi penelitian di Kota Madiun. Madiun adalah kota kecil yang sudah memiliki kemajuan di bidang industri, perdagangan, teknologi, dan juga pendidikan. Di Madiun ini terdapat beberapa jenis sekolah, yaitu sekolah umum dan sekolah yang berbasis Islam. Sekolah umum yang dimaksud disini seperti SD (Sekolah Dasar), SMP (Sekolah Menengah Pertama), SMA (Sekolah Menengah Atas), SMK (Sekolah Menengah Kejuruan).

Sedangkan yang dimaksud dengan sekolah berbasis Islam seperti SDIT (Sekolah Dasar Islam Terpadu), SMPIT (Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu), MI (Madrasah Ibtidaiyah), MTSN (Madrasah Tsanawiyah Negeri), MAN (Madrasah Aliyah Negeri), dan masih banyak sekolah-sekolah lainnya.

Salah satu sekolah yang banyak menggunakan telepon genggam adalah MAN 4 Madiun. MAN 4 Madiun berada di Kab.Madiun yang lokasinya di Jalan H.Agus Salim No 6B Mejayan Kab.Madiun, MAN 4 Madiun ini terletak tidak jauh dari jalan raya, hanya berjarak berapa ratus meter saja. MAN 4 Madiun adalah sekolah setingkat menengah ke atas yang memiliki karakteristik Agama Islam. Di Madiun kota terdapat 3 Madrasah Aliyah, yaitu MAN 1 Madiun, MAN 2 Madiun, dan MAN 3 Madiun. Sedangkan di Kab.Madiun juga ada 3 Madrasah Aliyah, yaitu MAN 4 Madiun, MA Fatwa Alim, dan MA Pilangkenceng. MAN 4 Madiun ini satu-satunya Madrasah Aliyah yang berstatus Negeri di Kab.Madiun dan juga lokasinya strategis dibanding dengan Madrasah Aliyah lainnya. Berikut adalah tabel jumlah seluruh siswa siswi MAN 4 Madiun :

**Tabel. 1.1**  
**Jumlah Siswa Siswi MAN 4 Madiun**

Jumlah Siswa Siswi		
Kelas 10	Kelas 11	Kelas12
142	142	132
Total = 416		

Sumber : Data diolah peneliti<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Observasi dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2018.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah keseluruhan siswa-siswi MAN 4 Madiun ada 416. Dalam tabel tersebut siswa-siswi kelas 10 ada 142, di kelas 11 ada 142, dan di kelas 12 ada 132.

Dalam mengaktifkan telepon genggam kita membutuhkan simcard/kartu sim. Sim Card/Kartu Sim adalah sebuah kartu yang berukuran seperti peranko yang ditaruh di telepon genggam yang menyimpan kunci pengenalan jasa telekomunikasi.<sup>8</sup>Dengan adanya sim card ini, telepon genggam dapat digunakan dan dioperasikan sehingga bisa menghubungkan kita dengan orang lain dalam berkomunikasi.Salah satu perusahaan yang memproduksi sim card adalah PT Indosat Tbk.

PT Indosat Tbk (*PT Indonesian Satellite Corporation Tbk*) adalah salah satu perusahaan jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan prabayar maupun pasca bayar dengan merk jual Matrix, Mentari, dan IM3.<sup>9</sup> Akan tetapi kartu prabayar di PT Indosat Tbk yang sampai sekarang masih bertahan dan sering digunakan adalah IM3.

Untuk membeli suatu produk, pelanggan harus memperhatikan bauran pemasaran dari produk tersebut. Menurut Kotler, Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus

---

<sup>8</sup>[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pengertian\\_Kartu\\_SIM](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pengertian_Kartu_SIM). Diakses pada 05/04/2018.

<sup>9</sup>Indosat Ooredoo, *Profile PT Indosat Tbk. Profil Perusahaan*, diakses pada 05/04/2018 dari <http://www.indosatooredoo.com>.

menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasaran.<sup>10</sup> Dalam Bauran pemasaran terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, diantaranya adalah produk (*product*), dimana produk dapat dikatakan sebagai titik sentral dari bauran pemasaran. Harga (*price*), merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Tempat (*place*), lokasi ini berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis seperti fleksibilitas, manajemen permintaan dan fokus strategis. Promosi (*promotion*), merupakan berbagai kegiatan yang di lakukan perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.<sup>11</sup>

Dengan adanya faktor bauran pemasaran tersebut, dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada suatu produk. Menurut Hahn, keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Kartu Prabayar IM3 merupakan salah satunya kartu Prabayar yang paling terjangkau harganya dan juga banyak mengeluarkan promosi. Berikut adalah perbandingan harga kartu Prabayar IM3 dengan kartu Prabayar lainnya:

---

<sup>10</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke-13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 225.

<sup>11</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 101.



**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Harga Kartu Prabayar IM3 dengan Kartu Prabayar lainnya**

Jenis Kartu Prabayar	Harga Kartu Perdana Paketan		Harga Voucher Paketan	
	Kuota 1GB	Kuota 2GB	Kuota 1GB	Kuota 2GB
IM3	Rp 10.000	Rp 15.000	Rp 11.000	Rp 18.000
Axis	Rp 13.000	Rp 20.000	Rp 15.000	Rp 25.000
3 (Three)	Rp 12.000	Rp 18.000	Rp 15.000	Rp 20.000

Sumber : Data dari Konter Nagasaki Cell

Paket data pada kartu prabayar terdiri dari dua jenis, yaitu kartu perdana yang sekali pakai dan voucher. Berdasarkan tabel diatas, telah diketahui bahwa kartu prabayar IM3 adalah kartu prabayar yang paling terjangkau harganya untuk kalangan pelajar diantara kartu prabayar lainnya. Dapat dilihat pada tabel bahwa harga kartu perdana paketan IM3 dengan kuota 1GB adalah Rp 10.000, sedangkan harga voucher nya Rp 11.000 dan dengan kuota 2GB adalah Rp 15.000, sedangkan harga voucher nya Rp 18.000. Pada kartu prabayar Axis harga paketan kartu perdana dengan kuota 1GB adalah Rp 13.000, sedangkan harga voucher nya Rp 15.000 dan dengan kuota 2GB adalah Rp 20.000, sedangkan harga vouchernya Rp 25.000. Pada kartu prabayar 3 (Three), harga paketan kartu perdana dengan kuota 1GB adalah Rp 12.000, sedangkan harga vouchernya Rp 15.000 dan dengan kuota 2GB adalah Rp 18.000, sedangkan harga vouchernya Rp 20.000. Dalam segi harga saja sudah terlihat mana kartu prabayar yang harganya terjangkau sehingga pelajar dapat memilih kartu prabayar sesuai kebutuhan dan juga sesuai kantong pelajar.

Selain itu dari segi promosi kartu prabayar IM3 juga memberikan promo-promo yang menarik untuk para konsumennya. Promosi yang dikeluarkan oleh kartu prabayar IM3 tidak dalam jangka waktu tertentu, missal pada satu bulan kartu prabayar IM3 bisa mengeluarkan dua promosi sekaligus, selain itu terkadang setiap dua bulan sekali juga baru mengeluarkan promosi yang ditetapkan oleh perusahaan Indosat Ooredoo. Berikut adalah tabel yang terdapat beberapa macam promosi yang dikeluarkan oleh kartu prabayar IM3 dan kartu prabayar lainnya:

**Tabel 1.3**  
**Macam-macam promosi yang dikeluarkan oleh Kartu Prabayar IM3 dan kartu prabayar lainnya**

Promosi dari Kartu Prabayar IM3	Promosi dari Kartu Prabayar Axis	Promosi dari Kartu Prabayar Tri
1. Adanya paket internet dengan harga Rp 2000 dengan kuota 1GB. Paket internet ini hanya bisa digunakan dalam sehari saja.	1. Kartu prabayar Axis mengeluarkan paket Bronet 4G Oowsem yang bisa dibuat streaming, chatting, belanja online, main game, stay update social media tanpa ampun, dengan kuota 8GB harga mulai 30ribu.	1. Adanya 3shop yang digunakan untuk mendownload ribuan games sepuasnya hanya dengan berlangganan Rp 5,500 per-minggu. Games dan aplikasi yang tersedia di 3shop bisa digunakan untuk Platform Blackberry, Android, Windows Mobile, Java dan Symbian. Bagi pelanggan baru 3shop bisa GRATIS mendownload ribuan games

		sepuasnya selama 7 hari sejak masa aktivasi.
2. Kartu Prabayar IM3 juga mengeluarkan voucher Unlimited Youtube dengan kurun waktu tertentu. Cocok banget buat para konsumen yang sangat suka menonton video di youtube.	2. Adanya paket internet Axis di Rabu Rawit. Promo ini Cuma sekali dalam seminggu, dengan adanya promo ini kita bisa internetan, chatting, video call pakai aplikasi LINE, WhatsApp dan BBM.	2. Kartu Prabayar Tri menyediakan pengeluaran promo dengan isi pulsa banyak kejutan dan nikmati kuota dan telponan dengan isi pulsa Tri minimal Rp 100.000 di Bank BCA dan nikmati Paket kuota 5GB dan bebas
3. Kartu Prabayar IM3 juga mengadakan suatu ajang pemilihan duta IM3 yang diadakan per wilayah di seluruh Indonesia.	3. Adanya 3shop yang digunakan untuk mendownload ribuan games sepuasnya hanya dengan berlangganan Rp 5,500 per-minggu.	bicara selama dua jam.
4. Terdapat model-model atau artis terkenal yang juga ikut mensponsori iklan dari kartu Prabayar IM3 ini.		

Selain promosi dari tabel diatas, kartu Prabayar IM3 juga menggunakan Brand Ambassador dari beberapa artis terkenal sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Pada tahun 2014 kartu Prabayar IM3 memakai Al-Ghazali sebagai Brand Ambassador, pada tahun 2015-2016 kartu Prabayar IM3 memakai pemain sepak bola FC Barcelona yaitu David Luiz dan Zlatan Ibrahimovic sebagai Brand Ambassador, lalu pada tahun 2017 kartu Prabayar IM3

memakai pemain sepakbola terkenal dari FC Barcelona yaitu Lionel Messi, dan pada tahun 2018-2019, kartu prabayar IM3 mengadakan audisi Duta IM3 yang dilakukan di beberapa wilayah dan pemenang dari Duta IM3 itulah yang nantinya akan dijadikan Brand Ambassador dari kartu prabayar IM3.

Berdasarkan penjelasan dan tabel diatas terdapat perbandingan dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh beberapa kartu prabayar. Dari penjelasan dan tabel diatas sudah jelas tidak diragukan lagi bahwa diantara kartu prabayar lainnya, kartu prabayar IM3 yang banyak mengeluarkan promosi-promosi menarik, sehingga dapat menarik pelajar untuk melakukan keputusan pembelian. Berikut adalah tabel data pengguna kartu prabayar IM3 pada siswa-siswi MAN 4 Madiun :

**Tabel 1.4**  
**Data Pengguna Kartu Prabayar IM3 Pada Siswa Siswi MAN 4 Madiun**

No	Merek	Respon
1	IM3	250
2	Simpati	16
3	Xl Axiata	30
4	Axis	80
5	3 (Tri)	25
6	As	15
Total = 416		

Sumber : Data diolah peneliti<sup>12</sup>

Berdasarkan observasi awal peneliti, kartu prabayar IM3 menduduki posisi pertama atas produk kartu prabayar yang diminati oleh siswa siswi. Dengan pengguna IM3 sebanyak 250 siswa siswi, pengguna simpati sebanyak 16 siswa

<sup>12</sup>Observasi dilakukan pada 18 Agustus 2018.

siswi, pengguna XL Axiata sebanyak 30 siswa siswi, pengguna Axis sebanyak 80 siswa siswi, pengguna 3(three) sebanyak 25siswa siswi, pengguna AS sebanyak 15 siswa siswi. Dari ulasan tersebut dapat diketahui bahwa salah satu produk kartu prabayar yang diminati siswa dan siswi MAN 4 Madiun adalah kartu prabayar IM3.

Dari tabel diatas terlihat bahwa siswa dan siswi MAN 4 Madiun paling banyak menggunakan kartu prabayar IM3. Di kalangan pelajar, kartu prabayar IM3 sudah tidak asing lagi karena hampir semua pelajar menggunakan media telepon seluler untuk sarana berkomunikasi mereka. Hal tersebut dapat dijelaskan pada tabel 1.3, yaitu alasan siswa siswi MAN 4 Madiun melakukan keputusan pembelian kartu prabayar IM3 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Alasan siswa-siswi MAN 4 Madiun melakukan Keputusan Pembelian<sup>13</sup>**

No.	Alasan melakukan keputusan pembelian	Penilaian Responden
1.	Produk	10
2.	Harga	20
3.	Tempat	5
4.	Promosi	15
Total = 50		

Sumber : Seluruh siswa siswi MAN 4 Madiun.<sup>14</sup>

Dari data tabel tersebut peneliti melakukan survei terhadap 50 responden. Dapat dilihat pada tabel bahwa yang memilih produk berjumlah 10 responden, yang memilih harga berjumlah 20 responden, yang memilih tempat berjumlah 5 responden, dan yang memilih promosi berjumlah 15 responden. Dapat diambil

<sup>13</sup>Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 58.

<sup>14</sup>Observasi dilakukan pada 18 Agustus 2018.

kesimpulan bahwa faktor yang paling tinggi mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga dan promosi, oleh karena itu peneliti mengambil 2 variabel yang akan diteliti yaitu harga dan promosi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar IM3 (Studi Pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun)*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana harga kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun?
2. Bagaimana promosi kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun?
3. Bagaimana keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN4 Madiun?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun?
6. Bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana harga kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.
2. Untuk mengetahui bagaimana promosi kartu prabayar IM3 Siswa-siswi MAN 4 Madiun.
3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis  
Memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3.
2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif untuk pengguna kartu prabayar IM3 sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan membeli terhadap produk IM3.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengangkat permasalahan serupa. Sehingga diharapkan dapat mengkaji masalah ini dengan jangkauan yang lebih luas dengan menambah variabel lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis ( $H_a$ ) : Terdapat pengaruh harga pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

Hipotesis ( $H_o$ ) : Tidak terdapat pengaruh harga pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

2. Hipotesis ( $H_a$ ) : Terdapat pengaruh promosi pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

Hipotesis ( $H_o$ ) : Tidak terdapat pengaruh promosi pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.



3. Hipotesis ( $H_a$ ) : Terdapat pengaruh harga dan promosi pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

Hipotesis ( $H_o$ ) : Tidak terdapat pengaruh harga dan promosi pada kartu prabayar IM3 terhadap keputusan pembelian pada Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

#### **F. Asumsi Penelitian**

Berdasarkan teori yang ada, peneliti mengajukan asumsi bahwa harga dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada kartu prabayar IM3.

#### **G. Telaah Pustaka**

Peneliti menelusuri beberapa karya lain yang dapat dijadikan referensi, sumber acuan, dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian yang berhasil ditemukan yaitu :

1. Pengaruh Tarif dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat IM3 Oleh Wahid Muslimin Mahardika Mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara tarif terhadap keputusan membeli kartu indosat IM3 dalam keputusan membeli kartu Indosat IM3, dimana nilai t hitung 2,812 dan p value (sig) sebesar 0,006 yang dibawah alpha 5% dengan sumbangan sebesar 37,1%. Terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan membeli kartu indosat IM3 dimana nilai t hitung 1,272 dan p value (sig)

sebesar 0,207 yang diatas alpha 5% dengan sumbangan sebesar 11,6%. Terdapat pengaruh tarif dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan membeli kartu indosat IM3 dimana nilai P Value sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ini artinya variabel tarif dan promosi secara berpengaruh bersama-sama keputusan membeli kartu indosat IM3. Penelitiannya secara umum membahas tentang bagaimana tarif dan promosi kartu prabayar produk indosat IM3 dapat mempengaruhi keputusan Mahasiswa untuk melakukan keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh harga dan promosi dan juga objek yang dibahas sama yaitu kartu prabayar IM3. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada responden yang diambil, pada penelitian Wahid Muslimin Mahardika mengambil responden Mahasiswa UIN Walisongo Semarang, sedangkan penelitian ini mengambil responden Siswa-siswi MAN 4 Madiun.

2. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Tembalang, Semarang oleh Tina Susanti mahasiswi Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2012. Penelitiannya secara umum membahas tentang apakah kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian waroeng special sambal pada konsumen. Berdasarkan hasil analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi

bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel harga dengan koefisien regresi sebesar 0,252, sedangkan variabel yang paling kecil mempengaruhi adalah variabel kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0,203. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh harga pada salah satu produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini oleh Tina Susanti menambahkan variabel x yang lain yaitu produk, lokasi dan kualitas pelayanan.

3. Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang oleh Ika Putri Iswayanti pada tahun 2010. Berdasarkan hasil penelitian, analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolomeritas tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dan masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0,260, lalu kualitas layanan dengan koefisien regresi sebesar 0,253 kemudian diikuti dengan harga dengan koefisien regresi sebesar 0,239 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah tempat dengan koefisien regresi sebesar 0,206. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, selain itu juga membahas tentang harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Sedangkan

perbedaannya pada penelitian ini menambah variable x lain yaitu produk, kualitas pelayanan, dan tempat, dan juga tempat penelitian yang di teliti juga berbeda.