

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP *E-MARKETING***

**Studi Pada:**

**Aplikasi My-Telkomsel**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**DISUSUN OLEH:**

**BONARIS ARITONANG**

**15 03 22295**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**T.A 2019/2020**

**Skripsi**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP E-MARKETING**

**Studi Pada:**

**Aplikasi My-Telkomsel**

**Disusun Oleh:**

**Bonaris Aritonang**

**NPM: 15 03 22295**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**15 Mei 2020**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

**No. 339/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 15 Mei 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |                                    |                 |
|------------------------------------|-----------------|
| 1. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.  | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota)       |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA.      | (Anggota)       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Bonaris Aritonang

NPM : 150322295

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Bonaris Aritonang telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN TERHADAP *E-MARKETING***

**Studi Pada:**

**Aplikasi My-Telkomsel**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut atau daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2020

Yang menyatakan,



Bonaris Aritonang

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan bimbingan-Nya serta menuntun saya dengan jalan yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar mulai dari awal hingga akhir. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang saya ajukan adalah:

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN TERHADAP *E-MARKETING***

**Studi Pada:**

**Aplikasi My-Telkomsel**

Dalam penyusunan serta penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat dengan cara apapun sehingga membuat kelancaran dalam segala proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Jarot Priyogutomo. Sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sepenuh hati, meluangkan waktu, serta memberi semangat dukungan.
3. Keluarga tercinta, Bapak, Ibu, Abang dan kakak, buat semua dukungan baik moral dan material, dan yang selalu berusaha sekuat tenaga demi

pendidikan saya, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, orang terpenting dalam hidup saya.

4. Zanendra Lase yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta waktunya dalam membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Agung, sahabat terbaik yang telah memberi semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini. Dan terimakasih juga atas perhatian dan bantuannya selama ini.
6. Tito, Eggy, Berton, Irfan, Auldina, Vano, Nius, Mazmur buat dukungan dan masukannya selama ini.
7. Squad 15, buat semua kebersamaan selama perkuliahan dan skripsi. Kita saudara.
8. HMPSM Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya, yang membantu penulis proses pembentukan pola pikir selama perkuliahan.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik ataupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan dilakukan di masa mendatang. Semoga, skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 13 mei 2020



Bonaris Aritonang

**“Jika besi menjadi tumpul dan tidak diasah, maka orang harus memperbesar tenaga, tetapi yang terpenting untuk berhasil adalah hikmat”**

Pengkhotbah 10:10

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN TERHADAP E-MARKETING**

**Studi Pada:**

**Aplikasi My-Telkomsel**

**Disusun Oleh:**

**Bonaris Aritonang**

**NPM: 15 03 22295**

**Pembimbing: Drs. C. Jarot Priyogutomo., MBA**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi E-Marketing pada aplikasi My-Telkomsel, serta mengidentifikasi apakah ada perbedaan. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online kepada pengguna aplikasi My-Telkomsel di Yogyakarta, dengan menggunakan sampel 150 responden yang pernah melakukan transaksi di aplikasi My-Telkomsel. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi E-Marketing pada aplikasi My-Telkomsel. Pada pengujian ini faktor (manfaat dan kenikmatan) tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap E-Marketing pada aplikasi My-Telkomsel, sedangkan faktor (kenyamanan, informasi, keamanan, kualitas) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap E-Marketing pada aplikasi My-Telkomsel. Selain itu, tidak ada pengaruh signifikan dan positif dari variabel demografi (usia, jenis kelamin, dan Pendidikan) terhadap E-Marketing pada aplikasi My-Telkomsel.

**Kata Kunci:** E-Marketing, perilaku konsumen, komunikasi seluler.



## DAFTAR ISI

<b>BAB I</b> .....	9
<b>PENDAHULUAN</b> .....	9
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	9
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	14
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	14
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	15
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	16
<b>BAB II</b> .....	17
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	17
<b>2.1.1 E-Marketing</b> .....	17
<b>2.1.2 Pengertian Pemasaran</b> .....	19
<b>2.1.3 Perilaku Konsumen</b> .....	21
<b>2.1.4 Informasi</b> .....	24
<b>2.1.5 Keamanan</b> .....	25
<b>2.1.6 Manfaat</b> .....	29
<b>2.1.7 Kualitas</b> .....	30
<b>2.1.8 Kenyamanan</b> .....	33
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	37
<b>2.3 Kerangka Penelitian</b> .....	40
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	41
<b>BAB III</b> .....	42
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
<b>3.1 Lingkup Penelitian</b> .....	42
<b>3.2 Metode Sampling</b> .....	43
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	44
<b>3.4 Teknik Analisis Data</b> .....	50
<b>3.5 Metode Uji Instrumen</b> .....	55
<b>BAB IV</b> .....	58
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	58
<b>4.1 Pendahuluan</b> .....	59

4.2 Pengujian Instrumen .....	59
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	59
4.4 Pengujian Hipotesis .....	62
4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	62
4.5.1 Pengujian Pengaruh Faktor Manfaat, Kenyamanan, Kenikmatan, Informasi, Keamanan dan Privasi, Kualitas terhadap E-Marketing Pada Aplikasi My-Telkomsel.....	63
4.6 Pembahasan.....	64
4.6.1 Pembahasan Hipotesis 1a .....	65
4.6.2 Pembahasan Hipotesis 1b.....	65
4.6.3 Pembahasan Hipotesis 1c .....	66
4.6.4 Pembahasan Hipotesis 1d.....	67
4.6.5 Pembahasan Hipotesis 1e .....	68
4.6.6 Pembahasan Hipotesis 1f.....	68
4.7 Perbandingan dengan Hasil Penelitian Lain.....	70
BAB V .....	72
PENUTUP .....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi Manajerial .....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian masa datang.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN .....	81
INTRODUCTION .....	92
LITERATURE REVIEW .....	22
PROBLEM.....	24
IMPORTANCE OF THE STUDY.....	24
OBJECTIVES.....	24
RESEARCH METHODOLOGY .....	25
Hypotheses of the Study .....	26
POPULATION AND SAMPLE .....	26
Data Collection Methods .....	26
Instrument Design and Variable Measurement.....	27
RESULTS .....	27

Study Sample Characteristics .....	27
Descriptive Statistics.....	27
<b>TESTING HYPOTHESES</b> .....	34
The First Main Hypothesis .....	34
<b>RESULTS OF MULTIPLE REGRESSIONS</b> .....	36
<b>RESULTS OF PEARSON CORRELATION</b> .....	37
The Second Main Hypothesis .....	37
<b>CONCLUSIONS</b> .....	41
<b>RECOMMENDATIONS</b> .....	42
<b>REFERENCES</b> .....	42
Reproduced with permission of the copyright owner. Further reproduction prohibited without permission.....	44

