

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena persaingan antar penyedia jasa warung internet. Maju dan berkembangnya suatu usaha warung internet ini ditentukan oleh banyaknya jumlah konsumen yang berkunjung dan menggunakan jasa internet pada warung internet tersebut. Keputusan konsumen dalam memilih jasa warnet dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu : kecepatan akses, harga per jamnya, kelengkapan fasilitas pendukung yang ada, profesionalitas pelayanan para pegawainya. Dalam penelitian ini, penyusun berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warung internet, yang meliputi variabel akses, harga, fasilitas, pelayanan, promosi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 orang pengunjung warung internet di sekitar Undip Pelaburan yang diperoleh dengan menggunakan teknik accidental sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji Goodness of Fit melalui koefisien regresi (R^2), uji F, dan uji t. Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen melalui uji F dan uji t, sedangkan angka Adjusted R Square sebesar 0,537 menunjukkan 53,7% kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pelayanan, lokasi dan fasilitas warung internet dan sisanya 46,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Akses, Harga, Fasilitas, Pelayanan, Promosi.