

# **PENGARUH BAURAN PEMASARAN ICONNET DI PT INDONESIA COMNETS PLUS (ICON+) KANTOR PERWAKILAN KALIMANTAN SELATAN**

ANDRE CAHYO WIBOWO

FAKULTAS EKONOMI – PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN

Email : [Andrecahyo061@gmail.com](mailto:Andrecahyo061@gmail.com) / 087734210980

## **ABSTRAK**

Penelitian ini di latar belakang karena banyaknya pesaing penyedia layanan broadband internet yang semakin besar. Maka saat ini strategi pemasaran yang tepat adalah menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) untuk mendorong atau meningkatkan penjualan produk ICONNET. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah persamaan regresi linier berganda  $Y = 2,314 + 0,152 X_1 + 0,584 X_2 - 0,205 X_3 + 0,321 X_4$ . Variabel Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, harga, tempat dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan ICONNET pada PT COMNETS PLUS (ICON+) Indonesia kantor perwakilan Kalimantan Selatan. Variabel Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, harga, tempat dan promosi secara Parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Harga, namun tidak signifikan pada variabel produk, tempat dan promosi terhadap Volume Penjualan ICONNET pada PT COMNETS PLUS (ICON+) Indonesia kantor perwakilan Kalimantan Selatan. Variabel yang paling berpengaruh dominan dalam penelitian ini adalah variabel harga.

**Kata Kunci :** Pengaruh; Bauran Pemasaran; ICONNET.

---

## **ABSTRACT**

*This research is in the background due to the increasing number of competitors of broadband internet service providers. So now the right marketing strategy is to use the marketing mix to boost or increase sales of ICONNET products. The method used in this study uses quantitative descriptive. The result of this study is the multiple linear regression equation  $Y = 2.314 + 0.152 X_1 + 0.584 X_2 - 0.205 X_3 + 0.321 X_4$ . Marketing Mix variables consisting of Products, prices, places and promotions simultaneously have a significant effect on ICONNET Sales Volume at PT COMNETS PLUS (ICON+) Indonesia South Kalimantan representative office. Marketing Mix variables consisting of Products, prices, places and promotions partially have a positive and significant influence on price variables, but are not significant on product variables, places and promotions on ICONNET Sales Volume at PT COMNETS PLUS (ICON+) Indonesia South Kalimantan representative office. The most influential variable dominant in this study is the price variable.*

**Keywords :** Impact; Marketing Mix; ICONNET.

## REFERENSI

- Abdullah, Thamrin. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Kasmir. 2017. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lopiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maskan, Muhammad, dkk. 2018. *Kewirausahaan*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Priyatno, Dwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Rukajat, A. 2018. *Pendidikan Penelitian Kuantitatif*. Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Setiadi, J. Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Prensadamedia Group.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*. Bandung: alfabeta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono, 2017. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, Yudi Sutarso. 2015. *Marketing in Practice*. Samarinda: KP Books (Kaltim Post Group).
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus dan psikologi Bisnis)*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Sujarweni, Wiratna V. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2009. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Jurnal dan Skripsi:
- Adrianah. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Ardan Masogi Tbk Di Kota Pare-Pare. Jurnal. STIMII YAPMI Makassar.
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online Xyz). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144. <https://doi.org/10.30813/Jpk.V2i2.1366>
- Dwinanda, Giri dan Yuswari Nur. 2020. Bauran Pemasaran &P dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management* 5, No. 3
- Irum. 2016. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Rumah Pada Perumahan D'Cassablanca di Samarinda. Skripsi. Samarinda. Fakultas Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. Asset: *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/Asset.V2i2.2388>
- Malik, Nur Zulma. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada Cv. Galaksi Komputer Di Samarinda. Skripsi. Samarinda. Fakultas Administrasi Bisnia Universitas Mulawarman.
- Nuryudayatun, Siti. 2013. Membangun Kepuasan dengan Melakukan Customer Understanding. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Nuryudayatun, Siti. 2013. vol. 1, no. 2
- Purwandi, Wayan Ady, dkk. 2022. Komparasi Al-goritme K-Nearest Neighbors dan Dupport Vector Machines Dalam Prediksi Layanan Produk ICONNET. *Jurnal Ilmiah Komputer*. Vol.18, No.2
- Ramadhanti, Amalia. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. Skripsi. Samarinda. Fakultas Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.

- Rizki, C., Annisa, N., & Febriyanti, B. (2021). *Penilaian Persepsi Aspek Lingkungan Pada Bandara Internasional Sultan Iskandar Muda Provinsi Aceh Dengan Method of Successive Interval (Msi)*. 3(45), 120–126
- Rompis, dkk. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. *Jurnal. Universitas sam Ratulangi Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*
- Sitimah, Nur. 2018. Analisis pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis. Skripsi. Samarinda. Fakultas Administrasi Binis Universitras Mulawarman.
- Wisudawati, Tri dan Sigit Rahmat Rizalmi. 2020. Analisis Metode Marketing MIX 7P Sebagai Strategi Pemasaran Produk Daur Ulang. *Jurnal Science Innovation and Technology (SINTECH)* 1, no.01