



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SPEEDY SEBAGAI
PENYEDIA JASA INTERNET DI KOTA PADANG**

Oleh:

DAYU HEKA
07 954 017

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**

	No. Alumni Universitas	DAYU HEKA	No. Alumni Fakultas
	BIODATA		

a) Tempat / Tgl. Lahir : Padang / 12 Desember 1985, b) Nama Orang Tua : Herman K dan Desramlah, c) Fakultas : Ekonomi Program S1 Reguler Mandiri d) Jurusan : Manajemen e) No BP : 07954017 f) Tgl. Lulus : 30 Agustus 2010 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,00 i) Lama Studi : 2 tahun 11 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Rawang Timur I RT 01 RW 13 Padang

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SPEEDY SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET DI KOTA PADANG

Skripsi S1 oleh **Dayu Heka**, Pembimbing **DR. Vera Pujani, SE, MTech**

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan, dan mendapatkan suatu barang dan jasa, konsumen selalu di pengaruhi oleh berbagai macam faktor. Adapun tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah : 1) untuk mempengaruhi konsumen faktor-faktor yang memepengaruhi konsumen dalam menggunakan speedy sebagai penyedia jasa Internet di Kota Padang. Untuk menganalisis Faktor-faktor tersebut di gunakan analisis diskriptif dengan bantuan program SPSS. Penelitian ini menemukan bahwa faktro yang dominan dalam keputusan dalam menggunakan speedy sebgai penyedia jasa Internet adalah Faktor performance, Keandalan (reliability), fasilitas, pelayanan, merek, benefit.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 1 Juni 2010, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	DR. Vera Pujani, SE, MTech	Yanti, SE, MM	Toti Srimulyati, SE.MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
NIP. 197110221997011001

_____ Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan kemajuan hampir di segala bidang di antaranya adalah komunikasi. Apabila di masa lalu penyampaian informasi sangat sulit dilakukan terutama karena hambatan waktu dan tempat, maka saat ini penyampaian informasi dapat dilakukan tanpa adanya hambatan yang berarti.

Internet sebagai salah satu media komunikasi merupakan hasil dari perkembangan zaman dan memegang peranan penting dalam proses penyampaian informasi yang di butuhkan. Faktor kecepatan merupakan salah satu keunggulan dari internet di samping adanya faktor-faktor lainnya, seperti luasnya informasi yang dapat di jangkau, kemudahan untuk memperoleh informasi, ataupun kemudahan dalam proses pengiriman informasi.

Namun internet juga mempunyai kekurangan, diantaranya adalah karena internet sering di kunjungi atau di gunakan oleh anak kecil dan masih belum adanya pengamanan khusus serta hukum universal yang mengatur tentang pelanggan internet dan kadang kala terdapat kebocoran terdapat data atau informasi yang dilakukan oleh hacker dengan mensabotase suatu jaringan internet.

Internet berkembang sangat pesat baik dari sisi informasi, games, browsing, forum pendapat maupun hiburan. Internet juga mulai menjadi lahan bisnis bagi pihak yang beroperasi di pasar domestik ataupun bagi mereka yang tertarik untuk melakukan pemasaran internasional.

Terutama dengan adanya perkembangan ecommerce. Setiap hari dijumpai makin banyak perusahaan ataupun organisasi yang mempunyai homepage sendiri di internet. Federal Express sebuah perusahaan internasional di bidang jasa pengiriman yang berpusat di Amerika Serikat telah melakukan survey di tahun 1997 terhadap 751 Manajer dan hasilnya adalah 75% di antara mereka menyatakan keinginan untuk menggunakan internet untuk melakukan perdagangan dalam waktu lima tahun dengan alasan untuk meraih pasar internasional (Cateora, and Graham 1999:54:56).

Dengan adanya peningkatan kebutuhan akses internet di kalangan masyarakat baik untuk melakukan kegiatan ekonomi ataupun hanya sekedar mencari informasi menyebabkan banyak di temui penyedia-penyedia jasa internet di Indonesia seperti Radnet, Indosatnet, Telkomnet, D-net, Speedy dan juga masih banyak lainnya.

Masing-masing penyedia jasa internet tersebut saling berlomba untuk dapat menarik konsumen baik melalui harga, kecepatan, fasilitas, yang di tawarkan ataupun kemudahan-kemudahan lainnya.

Bagi setiap perusahaan termasuk penyedia jasa Internet, konsumen adalah faktor penting selain kompetitor. Dengan adanya banyak pilihan penyedia jasa internet, konsumen juga tentunya menjadi semakin kritis dalam mengambil keputusan menggunakan.

Dalam penyedia jasa internet, konsumen tentunya mempertimbangkan nilai lebih apa yang dapat mereka peroleh di bandingkan jika mereka memilih penyedia jasa internet lainnya. Oleh karena itu penyedia jasa internet harus dapat memanjakan konsumen dengan cara memberi konsumsi lebih dari sekedar akses

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Performance mempengaruhi konsumen dalam memilih speedy sebagai penyedia jasa internet yang terdiri dari speedy memiliki akses jaringan internet speedy yang cepat dan stabil, kelancaran akses dalam ber internet selalu terjaga. Paket speedy dengan limit pemakaian perbulan di minati oleh pelanggan jika paket limit sudah habis maka pelanggan bisa membeli paket parbayar
2. Faktor kehandalan juga mempengaruhi konsumen dalam memilih speedy karena costumer service speedy, teknisi speedy yang handal mampu memberikan keamanan dan terjaminnya kelancaran speedy
3. Fasilitas yang di miliki speedy mempengaruhi konsumen terhadap paket yang ditawarkan dapat sesuai dengan budget yang dimiliki konsumen, kuota pemakaian speedy yang di sesuaikan dengan paket yang di ambil konsumen, kulaitas modem gratis yang di berikan speedy kepada konsumen,
4. Faktor Merek speedy memberikan reputasi kepada konsumen di dalam presepsi pengguna internet, brand image speedy sebagai penyedia internet sangat positif didalam pengguna internet, speedy mampu memberikan kenyamanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelaian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Cooper, Donald R dan William E Mory. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Engel, J.F.R. Black well dan Paul W. Minniard (1994), *Perilaku Konsumen*, Edisi 6 Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Milineium Edisi, Perintice Hall Internaional Inc.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*., Edisi , Priintice Hall Internasional
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta. Erlangga.
- Malhotra. K Noresh. 1999. *Marketing Research: An Applied Orientation Englowood Cliffs*. New Jersey. Prentice Hall.
- Purwanto, M. Ngalm. 1996. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Roesdakarya.
- Pratisto, Arif, 2004, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*, PT Alex Media Kumputindo
- Santoso, Singgih. 2001. *Analisis Metode Bisnis Dengan Menggunakan SPSS*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sinamora Bilson. 2001. *Pelayanan* . Bandung: PT. Remaja Roesdakarya
- Slameto. 1995. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Swastha, Drs. Bashu, MBA, Drs. Irawan MBA. 1999 : *Manajemen Pemasaran Modern Edisi-VII Liberty* Yogyakarta.
- Slameto. 1995. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.