

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

*Skripsi*

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRILAKU KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER LEBIH  
DARI SATU OPERATOR**

**(Survey terhadap mahasiswa IAIN Imam Bonjol Padang)**



**Oleh :**

**MIKO ANDIKA**

**BP. 06 954 058**

*Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen*

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan*

*Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

*Universitas Andalas*

**PADANG**

**2011**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi UNAND, Ketua Jurusan Manajemen, Pembimbing Skripsi dan Tim Penelaah Skripsi menyatakan bahwa skripsi mahasiswa berikut ini:

Nama : Miko Andika  
No Bp : 06 954 058  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Strata Satu (S1)  
Judul Skripsi : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator (Survey terhadap mahasiswa IAIN Imam Bonjol Padang)”

Telah di uji dan disetujui skripsinya melalui seminar hasil skripsi yang diadakan Pada tanggal 25 Oktober 2011 sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Padang, Desember 2011  
Pembimbing

Suziana, SE.MM  
NIP. 132240129

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Unand  
Manajemen

Ketua Jurusan

Prof.DR. Syafrudin Karimi, SE.MA  
NIP.130892743

Dra.Yanti.MM  
NIP.132164008

## HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan  
Di Depan Tim Penguji Skripsi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRILAKU KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER LEBIH DARI  
SATU OPERATOR  
(Survey Terhadap Mahasiswa IAIN Imam Bonjol Padang)

Nama : Miko Andika  
BP : 06 954 058  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Andalas

Padang, Desember 2011

### TIM PENGUJI

1. Penguji	1	Suziana, SE.MM	1. _____
2. Penguji	2	Dra. Yanti, MM	2. _____
3. Penguji	3	DR. Vera Punjani, SE.MTech	3. _____

## *KATA PENGANTAR*

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Allah Swt Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator (Survey terhadap mahasiswa IAIN Imam Bonjol Padang)”

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Andalas

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibuk Suziana,SE.MM selaku pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yanti, MM, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Andalas.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas.
4. Kedua Orang Tuaku tercinta, kakak dan adik-adikku beserta untuk istriku tercinta, terima kasih atas do'a, cinta, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dan yang terakhir buat semua teman-temanku yang aku kenal dan yang pernah membantu aku terimakasih banyak.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Padang, Desember 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran .....	9
2.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.3. Prilaku Konsumen.....	10
2.4. Penelitian Terdahulu .....	28
2.5. Kerangka Pemikiran.....	28
2.6. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan Sampel.....	32

3.3. Teknik Pengumpulan Sampel.....	33
3.4. Sumber Data .....	33
3.5. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	33
3.6. Pengukuran Variabel .....	37
3.7. Uji Validitas dan Reabilitas Kuisisioner .....	37
3.8. Metode Analisis Data .....	39

#### BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. Karakteristik Responden .....	41
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	42
4.3. Analisis Hasil Penelitian .....	45
4.4. Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Perusahaan.....	52

#### BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan .....	53
5.2. Saran .....	54

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden Mahasiswa Pengguna Kartu Seluler.....	41
Tabel 4.2	Uang Belanja Perbulan Responden Mahasiswa Pengguna Kartu Seluler .....	42
Tabel 4.3	Validitas Item.....	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.5	Validitas Item.....	45
Tabel 4.6	Coefficients.....	45
Tabel 4.7	Analisa Regresi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.8	Anova.....	50
Tabel 4.9	Model Summary .....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Hirarki Kebutuhan Menurut Maslow .....	18
Gambar 2	Kerangka Pemikiran.....	29

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Produk kartu telepon seluler (ponsel) adalah salah satu produk layanan jasa telekomunikasi yang menyediakan berbagai kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi. Di zaman serba modern dan serba praktis sekarang ini, kebutuhan akan telepon seluler menjadi sangat penting. Banyak masyarakat yang telah beralih menggunakan ponsel sebagai sarana komunikasi untuk pengganti telepon rumah. karena sifatnya yang praktis juga mudah digunakan dan bisa dibawa kemana-mana. Disamping itu teknologinya pun jauh lebih canggih dari pada telepon rumah. Dan sesuai perkembangannya ponsel tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, akan tetapi fasilitas yang disediakan oleh pihak operator telepon seluler telah berkembang meliputi layanan SMS (Short Message Service), voice mail, akses internet, jasa perbangan, video call dan lain sebagainya.

Saat ini telepon seluler tidak lagi barang mewah yang hanya biasa dimiliki oleh kalangan tertentu saja, akan tetapi sudah digunakan oleh semua lapisan masyarakat. Mulai dari kalangan eksekutif kantor, ibu-ibu rumah tangga, anak-anak sekolah, mahasiswa, hingga tukang becak kini telah mengantonginya. Tidak heran jika bisnis telepon seluler ataupun jasa pelayanan telepon seluler berkembang dengan pesat di Indonesia.

Berdasarkan data resmi dari Asosiasi Telepon Seluler Indonesia (ATSI), pertumbuhan pengguna telepon seluler terus mengalami kenaikan, sehingga kebutuhan akan kartu seluler juga meningkat. Di Indonesia saja, ada 11 operator telekomunikasi yang menyediakan kartu seluler dengan berbagai fasilitasnya, yaitu Telkomsel (91 juta pelanggan), Indosat (37,7 juta pelanggan), XL (35,2 juta pelanggan), Natrindo Telepon Seluler /Axis (7,4 juta pelanggan), Hutchison CP Telecom/Tri (7,5 juta pelanggan), Mobile-8 Telecom /Fren (2,5 juta pelanggan), Smart Telecom/Smart (3 juta pelanggan), Bakrie Telecom /Esia (11,1 juta pelanggan), Telkom Flexi (16,2 juta pelanggan), Sampoerna Telecom Indonesia (Ceria), dan Batam Bintan Telecom (BBT). Dari 25 triliun pendapatan operator telekomunikasi Indonesia di tahun 2001, sebanyak 40% atau senilai 10,5 triliun disumbang dari penjualan operator seluler.

Banyaknya beredar operator telekomunikasi yang menyediakan kartu seluler, menyebabkan terjadinya fenomena menarik ditengah-tengah masyarakat Indonesia yaitu terkait dengan penggunaan SIM beserta nomornya lebih dari satu operator. Sebagian masyarakat sekarang cenderung gampang untuk memakai kartu seluler lebih dari satu operator khususnya untuk nomor Prabayar, membuang kartu SIM dan berganti operator. Banyaknya operator seluler saat ini membuat pengguna ponsel semakin leluasa menentukan pilihan mana yang dirasa menguntungkan mereka, baik dari segi tarif, sinyal, jangkauan, serta alasan lainnya.

Bukan hanya itu saja, beredarnya berbagai merek ponsel dengan fasilitas Dual sim card membuat pengguna kartu seluler lebih dari satu semakin meningkat. Dual sim card adalah perangkat atau alat yang digunakan untuk menggabungkan 2 kartu simcard ponsel menjadi 1 dalam satu ponsel. Sehingga orang tidak perlu repot-repot lagi memakai dua ponsel atau bongkar pasang casing untuk mengganti nomor ponsel. Sehingga untuk merebut hati konsumen, para operator sellular berlomba-lomba menawarkan keunggulan atau memberikan fitur tambahan produk sellular mereka, hingga tak aneh kalo satu orang mempunyai dua bahkan lebih kartu sim card ponsel.

Tiap operator berlomba-lomba membuat berbagai paket bonus serta strategi lainnya demi menarik sebanyak-banyaknya pelanggan. Karena itu tingkat persaingan antar operator semakin tinggi. Operator yang memiliki pelanggan lebih banyak tentu tidak terlepas dari strategi-strategi jitu yang digunakan dalam memasarkan produknya. Memahami secara tepat perilaku konsumen merupakan hal yang sangat menentukan keberhasilan dalam memasarkan produk. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Carpenter (dalam Prasetijo & Ihalauw, 2005:5) bahwa mengerti dan memahami segala seluk beluk terkait perilaku konsumen sangatlah penting, hal ini dalam rangka untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam memasarkan suatu produk.

Pengambilan keputusan dalam memilih kartu seluler tertentu, sangat bergantung pada kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Kotler (2005:201) menyatakan bahwa tujuan dari pemasaran adalah dalam rangka untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan dari konsumen atau

pelanggan yang menjadi sasarannya. Karena itu, dalam proses pemasaran harus diketahui terlebih dahulu kecenderungan perilaku dari konsumen, agar produk yang dipasarkan benar-benar sesuai kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Berdasarkan kecenderungan perilaku konsumen, pada dasarnya banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan suatu keputusan, khususnya dalam pengambilan keputusan untuk memakai kartu seluler lebih dari satu . Menurut Kotler (2005:201), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk , yaitu: faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial dan faktor kebudayaan.

Dari hasil pengamatan penulis yang juga sebagai pelaku usaha penjualan kartu seluler selama lebih kurang 4 (empat) tahun di lingkungan kampus IAIN, peningkatan terhadap pengguna kartu seluler lebih dari satu cukup tinggi, hal ini terlihat dari cukup banyaknya mahasiswa yang menggunakan ponsel berfasilitas Dual Sim Card, serta semakin banyaknya usaha-usaha yang bergerak dibidang penjualan kartu seluler dengan berbagai jenis kartu seluler dari operator-operator yang berbeda. Dan terlihat juga dari latar belakang mahasiswa IAIN yang umumnya berasal dari berbagai daerah dengan kondisi budaya, lingkungan serta ekonomi yang berbeda-beda. Sehingga diyakini hal itu sangat berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku mereka dalam pengambilan suatu keputusan untuk menggunakan kartu seluler lebih dari satu operator.

Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa tersebut dalam menggunakan kartu seluler lebih dari satu operator. Sehingga penelitian ini diberi judul: **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator (Survey terhadap mahasiswa IAIN Imam Bonjol Padang).**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh faktor pribadi, psikologi, sosial dan budaya secara simultan mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian kartu seluler lebih dari satu operator?
2. Apakah pengaruh faktor pribadi, psikologi, sosial, dan budaya secara parsial mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian kartu seluler lebih dari satu operator?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh prilaku konsumen yang terdiri dari factor pribadi, psikologi, sosial dan budaya secara simultan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian kartu seluler lebih dari satu operator.

2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor pribadi, psikologi, sosial dan budaya secara parsial terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian kartu seluler lebih dari satu operator.
3. Untuk mengetahui manakah diantara faktor faktor pribadi, psikologi, sosial dan kebudayaan yang berpengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian kartu seluler lebih dari satu operator.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

- 1.4.1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan strategi pemasaran produknya.
- 1.4.2. Bagi pihak lain, dapat sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang.
- 1.4.3. Bagi penulis merupakan suatu kesempatan untuk menerapkan teori-teori dan literature yang penulis peroleh dari bangku kuliah, kemudian memperluas wawasan penulis tentang perilaku konsumen.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi materi serta hal-hal lain yang berhubungan dengan penelitian ini, adapun sistematika penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang segala hal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, rumusan masalah penelitian, serta tujuan dan kegunaan penelitian ini.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang teori-teori yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian ini, hipotesis-hipotesis yang didapatkan, kerangka pemikiran teoritis yang akan mendukung terhadap permasalahan penelitian, serta strategi yang telah diterapkan perusahaan dalam hubungannya dengan variabel penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini mencakup jenis penelitian, bagaimana penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, dan terakhir tentang metode analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan gambaran umum responden, analisis data, dan interpretasi hasil.



## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan implikasi manajerial dari hasil

penelitian yang telah dilakukan, serta keterbatasan penelitian.

## BAGIAN AKHIR

Daftar pustaka dan lampiran-lampiran.