FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS

*Skripsi*

# ANALISIS PERILAKU MAHASISWA TERHADAP PEMAKAIAN KARTU GSM PRABAYAR DI KOTA PADANG

*Oleh :*

ROSA ROESTIKA
06 954 029

Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebahagian Dari Syarat-Syarat*
*Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

UPT PERPUSTAKAAN

PADANG
2008

| No. Alumni Universitas | ROSA ROESTIKA | No. Alumni Fakultas |
|---|---|---|
| | | |

**BIODATA**

a). Tempat/Tgl Lahir : Padang/ 02 Oktober 1985 b). Nama Orang Tua: Tri Koencoro dan Djauza Sri Yanti c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Ekstensi d). Jurusan : Manajemen e). No. BP : 06 954 029 f). Tanggal Lulus : 25 Agustus 2008 g). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 3,15 i). Lama Studi : 2 Tahun (Intake DIII) j). Alamat Orang Tua : Jln Veteran No: 9 Padang

## ANALISIS PERILAKU MAHASISWA TERHADAP PEMAKAIAN KARTU GSM PRABAYAR DI KOTA PADANG

Skripsi S -1 oleh Rosa Roestika, Pembimbing : Dra. Meilini Malik, MM

### ABSTRAK

Banyak faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam pengambilan keputusan dan pemakaian produk, diantaranya adalah produk itu sendiri, harga, promosi perusahaan, keinginan dan perilaku. Perilaku konsumen merupakan kumpulan dari beberapa faktor, yaitu faktor kebudayaan, faktor pribadi, faktor Sosial dan faktor Psikologis. Setiap faktor mempunyai pengaruh yang berbeda pada setiap konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pemakaian, khususnya keputusan pemakaian produk GSM yang dilakukan mahasiswa. Sampel yang diteliti adalah mahasiswa pemakai kartu GSM prabayar dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data diolah dengan menggunakan program SPSS dan di analisis dengan menggunakan rumus regresi. Dari hasil analisis diperoleh bahwa mahasiswa pemakai produk GSM adalah konsumen yang tidak loyal, dan faktor pribadi merupakan faktor yang paling mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan memakai produk GSM prabayar. Variabel factor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pemakaian. Sedangkan variabel factor kebudayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pemakaian produk GSM prabayar. Tetapi secara bersama-sama faktor kebudayaan, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pemakaian produk GSM prabayar.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 25 Agustus 2008 dengan penguji:

| | | | |
|---|---|---|---|
| Tanda Tangan | | | |
| Nama Terang | Dra. Meilini Malik, MM | Verinita, SE, M.Si | Dr. Harif Amali Rifai, SE, M.Si |

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : **Tafdil Husni, SE, MBA, PhD**
Nip. 131 656 499

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas 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

Teknologi komunikasi mengalami perkembangan pesat pada saat ini, pengembangan teknologi komunikasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kemudahan bagi manusia. Menurut ITU *(International Telecommunication Union)* Telcom Asia (2002) sejak tahun 1991 hingga 2001, jumlah pengguna jasa telekomunikasi di dunia baik *fixed* atau *mobile* mengalami peningkatan lebih dari tiga kali lipat. Bisnis Indonesia. (02 Februari 2008). *"Pelanggan Seluler Indonesia Paling Tidak Setia".*

Tingginya kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi merupakan peluang bisnis bagi dunia usaha. Perusahaan-perusahaan penyedia jasa telekomunikasi khususnya jasa telekomunikasi *mobile* atau *seluler* bersaing ketat untuk memperebutkan konsumen. Di Indonesia terdapat peningkatan pesat jumlah pemakai teknologi komunikasi *seluler*.

**Tabel 1.1**
**Perkembangan Jumlah PelangganTelepon Seluler**
**Di Indonesia**
**2003-2007**
**(Ribuan Orang)**

| Tahun | PelangganTelepon Seluler | % Pertumbuhan |
|---|---|---|
| 2003 | 18.400 | |
| 2004 | 32.400 | 76 % |
| 2005 | 40.000 | 23,4 % |
| 2006 | 50.200 | 25,5 % |
| 2007 | 72.500 | 44,4 % |
| Rata-Rata Pertumbuhan per tahun | | 42,32 % |

*Bisnis Indonesia. (02 Februari 2008)." Pelanggan Seluler Indonesia Paling Tidak Setia".*

Dengan perkembangan pasar yang begitu besar, sewajarnya saat ini di Indonesia banyak muncul perusahaan-perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang memperebutkan pasar. Saat ini terdapat tiga perusahaan besar jasa telekomunikasi yaitu : PT. Telkomsel dengan produk GSM ditawarkan Hallo, Simpati dan Kartu AS, PT. Indosat dengan produk GSM yang ditawarkan yaitu Matrix, Mentari, IM3 dan PT. Excelcommindo dengan produk yang ditawarkan adalah XL Pasca Bayar dan XL Pra Bayar (Bebas dan Jempol).

**Tabel 1.2**
**Tiga Perusahaan Penyedia jasa Telekomunikasi GSM dan Produk yang Ditawarkan**

| Nama Perusahaan | Produk yang ditawarkan |
|---|---|
| PT. Indosat | Matrix<br>Mentari<br>IM3 |
| PT. Telkomsel | Hallo<br>Simpati<br>Kartu AS |
| PT. Excelcommindo | XL Pasca Bayar<br>XL Pra Bayar (Bebas dan Jempol). |

*Sumber : Diolah Sendiri*

Masing-masing produk yang ditawarkan perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan sendiri, sehingga masing-masing perusahaan mempunyai produk andalan yang menjadi produk yang paling banyak dipakai oleh konsumen dari beberapa produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, contoh dari tiga produk yang ditawarkan oleh PT. Telkomsel, kartu AS merupakan produk yang paling banyak diminati. Bisnis Indonesia. (02 Februari 2008). "*Pelanggan Seluler Indonesia Paling Tidak Setia*" hal ini karena biaya pengiriman sms dari kartu AS hanya Rp. 88 dan biaya telepon Rp. 6.5 perdetik. Meskipun IM3 mempunyai biaya telepon Rp. 0.01

# BAB VI

## Kesimpulan dan Saran

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan :

1. Berdasarkan penjabaran dari bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa mahasiswa kota padang sebagai konsumen GSM adalah konsumen yang tidak loyal terhadap suatu produk, mereka cenderung berpindah ke produk lain, bila produk baru tersebut menawarkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Faktor pribadi seperti usia, keadaan ekonomi dan alasan-alasan pribadi lain adalah faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pemakaian tersebut, selain faktor sosial, dan faktor psikologis, sedang faktor budaya tidak mempengaruhi seseorang dalam memutuskan memakai produk.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dibantu dengan program SPSS menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologis secara bersama-sama memiliki hubungan dan pengaruh yang positif terhadap keputusan pemakaian produk GSM oleh mahasiswa, dimana 72,3 % dari keputusan pemakaian produk GSM oleh mahasiswa dikota padang, sedangkan 27,7 % lagi mungkin disebabkan oleh faktor produk, promosi, harga dan merk.

3. Cara paling efektif yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pemakaian produk adalah dengan melakukan pendekatan secara pribadi dan

## DAFTAR PUSTAKA


Bisnis Indonesia. (02 Februari 2008)."*Pelanggan Seluler Indonesia Paling tidak setia*"

Maryuda, Efri, (2006). *Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rokok Lucky Strike di kota Padang*

Kotler, Philip, (2007), *Manajemen Pemasaran* Jilid II, Edisi Bahasa Indonesia, Indeks, Jakarta.

Priatno, Dwi, (2008), Mandiri Belajar SPSS, Mediakom, Jakarta.

Schieffman, G, L & Kanuk, L, L (2003), *Consumer Behaviour*, fifth edition, Prentice Hall

Sekaran Uma, (2006), *Research Methods For Business, Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku II, Jilid IV, Salemba Empat, Jakarta.

Setiadi, J. Nugroho, (2003), *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaan*, Kencana, Jakarta.

Sinar Harapan, *(08 Agustus 2007). "Asia dalam telekomuikasi"*

Sri Febriani (2008), *Analisis Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Berbelanja Ke Minimarket Di Kota Padang.*

Sumarwan, Ujang (2003),*"Perilaku Konsumen", Teori, dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

http://www.Telkomsel.co.id

http://www.indosat.co.id

http://www.xl.co.id