

No Daftar FPIPS: 211/H 40.2.3.6/PL/2008

**PENGARUH FITUR *SIMCARD* FREN TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(Survei Pada siswa dan Siswi SMU Negeri 1 Margahayu)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan
Ekonomi



Oleh:
EVA SURYANI
023427

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN

**“PENGARUH FITUR TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI
SIMCARD FREN
(Survei Pada siswa dan Siswi SMU Negeri 1 Margahayu)”**

Skripsi disetujui oleh:

Pembimbing I

Dr. Kusnendi, M.Si
NIP. 131 410 904

Pembimbing II

Henny Hendrayati, SIP,MM
NIP. 132 314 129

Mengetahui:

**Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi**

Dr. H. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694

**Ketua Program Studi
Manajemen**

Prof. Dr. H. Suryana, M.Si
NIP. 131 570 041

Mahasiswa

Eva Suryani
NIM. 023427

Skripsi ini telah diuji pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 11 Maret 2008

Waktu : 08.30 – 14.30 WIB

Tempat : Gedung Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI

Panitia Ujian Sidang terdiri dari :

**Ketua : Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd
NIP. 130 679 675**

**Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694**

**Penguji : Dr. Agus Rahayu, M.Si
NIP. 131 626 382**

**Ayu Krishna, S Sos., MM
NIP. 132 303 737**

**Chairul Furgan, S Sos., MM
NIP. 132 304 400**



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1 Indentifikasi Masalah.....	7
1.2.3 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	14
2.1.3 Fitur	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5 Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode dan Desain Penelitian	44
3.2.1 Metode Penelitian	44
3.2.2 Desain Penelitian	45
3.3 Operasionalisasi Variabel	46
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Sumber Data	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	52
3.5.1 Populasi	52
3.5.2 Sampel.....	52
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis	60
3.7.1 Rancangan Analisis Data	60
3.7.2 Uji Hipotesis	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	70

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	70
4.1.1.2 Manajemen Perusahaan	72
4.1.2 Karakteristik Responden	75
4.1.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.1.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia	77
4.1.2.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelas	78
4.1.2.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Uang Saku Perbulan.....	78
4.1.2.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Jumlah Uang Untuk Membeli Pulsa Tiap Bulan.....	79
4.1.2.6 Karakteristik Berdasarkan Jenis Asal Memperoleh Uang Untuk Membeli Pulsa Tiap Bulan.....	80
4.1.3 Pengalaman Responden	80
4.1.3.1 Pengalam Responden Berdasarkan Penggunaan Telepon Seluler.....	81
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Telepon Seluler.....	81
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Mengganti Operator Seluler.....	82
4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Simcard</i> Fren	82
4.1.3.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Penggunaan Fitur Telepon	83
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian	83
4.1.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Fitur.....	84
4.1.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Untuk Membeli	103
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis	113
4.1.5.1 Kriteria Pengambilan Keputusan	114
4.1.5.2 Pengujian Asumsi Regresi	114
4.1.5.3 Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi.....	117
4.1.5.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Simultan (Uji F)	118
4.1.5.5 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t) dan Koefisien Jalur (Beta)	119
4.1.5.6 Model Persamaan Regresi Pengaruh Keragaman Fitur, Kualitas Fitur, Kepentingan Fitur, dan Kelengkapan Fitur	120
4.2 Pembahasan Pengujian Hipotesis	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Perkiraan Nilai Bisnis Telekomunikasi di Indonesia	1
1.2 Jumlah Pelanggan Operator Seluler CDMA.....	3
1.3 Indeks Kepuasan Konsumen Simcard Prabayar.....	4
1.4 Pelanggan Pengguna Fitur 3G	5
1.5 Operator-Operator Bisnis Ring Back Tone	6
2.1 Empat Langkah Penentuan Lokasi	17
3.1 Operasional Variabel	47
3.2 Jenis dan Sumber Data	49
3.3 Jumlah Siswa dan Siswi SMUN 1 Margahayu	52
3.4 Jumlah Proporsi Siswa dan Siswi SMU Negeri 1 Margahayu	54
3.5 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	57
3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	60
3.7 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
4.1 Sejarah dan Catatan Penting Perusahaan.....	71
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	78
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	79
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Untuk Membeli Pulsa Setiap Bulan	79
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Memperoleh Uang Untuk Membeli Pulsa Setiap Bulan	80
4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Penggunaan Telepon Seluler.....	81
4.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Telepon Seluler....	81
4.10 Pengalaman Reponden Dalam Mengganti Operator Telepon Seluler.....	82
4.11 Penglaman Reponden Dalam Penggunaan <i>Simcard Fren</i>	82
4.12 Penglaman Reponden Terhadap Penggunaan Fitur Telepon	83
4.13 Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Fitur <i>Simcard Fren</i>	85
4.14 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Tanggapan Responden Dalam Menghadirkan Fitur Terbaru <i>Simcard Fren</i>	86
4.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Fitur <i>Simcard Fren</i>	87
4.16 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kemudahan Akses <i>Simcard Fren</i>	90
4.17 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kecanggihan <i>Simcard Fren</i>	91
4.18 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Ke-up to date-an Simcard Fren</i> ...	92
4.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Fitur <i>Simcard Fren</i> ...	93
4.20 Tanggapan Responden Terhadap Manfaat Fitur <i>Simcard Fren</i>	95
4.21 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Fitur <i>Simcard Fren</i>	96
4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepentingan Fitur <i>Simcard Fren</i>	96
4.23 Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan Fitur <i>Simcard Fren</i>	99
4.24 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Fitur <i>Simcard Fren</i>	100
4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan Fitur <i>Simcard Fren</i>	101
4.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Fitur <i>Simcard Fren</i>	103
4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	104
4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	105
4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Saluran distribusi.....	106
4.30 Tanggapan Responden Terhadap Penentuan Waktu Pembelian	107

4.31	Tanggapan Responden Terhadap Penentuan Jumlah Pembelian	108
4.32	Tanggapan Responden Terhadap Penentuan Metode Pembayaran	110
4.33	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Untuk Membeli <i>Simcard Fren</i>	111
4.34	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji F	114
4.35	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji t	114
4.36	Tolak Ukur Multikolinearitas	117
4.37	Output Pengaruh Keragaman, Kualitas, Kepentingan, dan Kelengkapan Terhadap Keputusan Untuk Membeli.....	117
4.38	Output Anova	118
4.39	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	118
4.40	Output Koefisien Regresi.....	119
4.41	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial.....	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1.1 Pangsa Pasar Operator Selular CDMA 2006.....	2
2.1 Bauran Pemasaran Jasa	15
2.2 Elemen-elemen Dalam Proses Komunikasi.....	18
2.3 Model Perilaku Pembelian	28
2.4 Empat Tipe Perilaku Pembelian	28
2.5 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	31
2.6 Kerangka Pemikiran	40
2.7 Paradigma Penelitian	41
4.1 Pemilik Saham PT.MOBILE-8 Telecom.....	72
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Fitur <i>Simcard Fren</i>	88
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas <i>Simcard Fren</i>	93
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kepentingan <i>Simcard Fren</i>	97
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan <i>Simcard Fren</i>	101
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Untuk Membeli <i>Simcard Fren</i>	111
4.7 <i>Normal ProbabilityPlot</i> Untuk Uji Normalitas.....	115
4.8 <i>Scatterplot</i> Untuk Uji Asumsi Heteroskedastis dan Linearitas.....	116

