

## **ABSTRAK**

*Di Indonesia belakangan ini sangat gencar terjadi perang promosi antar operator dari kartu GSM Prabayar. Dengan penawaran fitur dan kualitas produk dibarengi dengan tarif harga yang hampir sama membuat persaingan dalam industri ini menjadi ketat. Kemajuan teknologi dan banyaknya operator-operator GSM pra bayar yang baru menambah panasnya persaingan di industri ini. Promosi yang dilakukan operator-operator sangat berdarah-darah. Dari promo gratis SMS sampai gratis menelpon ditawarkan oleh operator-operator. Melihat hal ini, penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa sajakah yang sebenarnya mempengaruhi konsumen dalam memilih kartu GSM pra bayar. Didalam penelitian ini, peneliti meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengganti kartu GSM pra bayarnya. Faktor-faktor yang diteliti adalah harga tarif, komunitas, fitur produk, kualitas layanan pelanggan dan kualitas produk. Penelitian dilakukan kepada konsumen yang sedang memakai kartu GSM pra bayar dengan menggunakan alat bantu penelitian yaitu kuesioner. Hasil dari penelitian adalah adanya pengaruh antara harga tarif, komunitas, fitur produk, kualitas layanan pelanggan dan kualitas produk dengan keinginan konsumen untuk mengganti kartu GSM pra bayar. Kata kunci: harga tarif, komunitas, fitur produk, kualitas layanan pelanggan dan kualitas produk dan keinginan konsumen untuk berganti produk.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat anugrahNya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Kartu GSM Sellular”. Tesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Bina Nusantara.

Tesis ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Asnan Furinto, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk yang bermanfaat dalam penyusunan tesis ini.
2. Keluarga yang telah memberikan dukungan moril, doa dan materil yang sangat berharga bagi penulis selama studi hingga selesainya tesis ini.
3. Teman-teman dan sahabat-sahabat yang setia memberi dukungan semangat, ide dan doa selama studi hingga selesainya tesis ini.
4. Seluruh staff pengajar Program Magister Manajemen Universitas Bina Nusantara yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan selama perkuliahan.
5. Seluruh karyawan administrasi dan perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuan dan pelayanan selama perkuliahan.
6. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuannya selama penyusunan tesis ini.

# DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Persetujuan Pembimbing .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	6
1.4 Ruang Lingkup .....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	7
2.2 Harga .....	9
2.3 Komunitas Sosial .....	11
2.4 Produk .....	13
2.5 Pelayanan .....	19
2.6 Kualitas .....	22
2.7 <i>Servqual</i> .....	24
BAB 3 METODOLOGI .....	28
3.1 Kerangka Pikir .....	28
3.2 Model Analisis .....	30
3.3 Variabel .....	30
3.4 Hipotesis .....	32
3.5 Populasi dan Sampel .....	35

3.6 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.7 Validitas dan Reabilitas .....	36
3.8 Metode Analisis .....	40
3.9 Kuesioner .....	43
<b>BAB 4 ANALISIS DATA .....</b>	<b>58</b>
4.1 Penelitian .....	58
4.2 Validitas dan Reabilitas Penelitian .....	58
4.3 Jenis Kelamin .....	62
4.4 Usia .....	63
4.5 Pekerjaan .....	65
4.6 Pendapatan .....	67
4.7 Penggunaan Pulsa .....	69
4.8 Isi Ulang Pulsa .....	71
4.9 GSM Utama .....	73
4.10 Lamanya Waktu Menggunakan GSM .....	75
4.11 Alasan Utama Memakai GSM .....	77
4.12 Analisis Regresi Berganda .....	79
14.12.1 Statistik Deskriptif .....	80
14.12.2 Korelasi Pearson .....	81
14.12.3 <i>Variable Entered/Removed</i> .....	84
14.12.4 Model Summary .....	85
14.12.5 Anova .....	86
14.12.6 Koefisien .....	87
14.12.7 Penerimaan dan Penolakan Hipotesis .....	89
14.12.7.1 Hipotesis antara Harga Tarif dengan Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	90
14.12.7.2 Hipotesis antara Komunitas dengan Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	94

14.12.7.3 Hipotesis antara Fitur Produk dengan Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	98
14.12.7.4 Hipotesis antara Kualitas Layanan Pelanggan dengan Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	101
14.12.7.5 Hipotesis antara Kualitas Produk dengan Keinginan Konsumen untuk Berganti Produk .....	104
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	108
5.1 Kesimpulan .....	108
5.2 Implikasi untuk Manajer .....	113
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	117
DAFTAR PUSTAKA .....	124
LAMPIRAN A: JURNAL UTAMA (CANADIAN CELLULAR INDUSTRY: CONSUMER SWITCHING BEHAVIOUR).....	L-1
LAMPIRAN B: KUESIONER.....	L-2
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala dari faktor Tarif Murah .....	45
Tabel 3.2 Skala dari faktor Pengaruh Komunitas .....	47
Tabel 3.3 Skala dari faktor Kelengkapan fitur .....	49
Tabel 3.4 Skala dari faktor kualitas layanan pelanggan .....	51
Tabel 3.5 Skala untuk kualitas produk .....	53
Tabel 3.6 Skala untuk Keinginan Berganti Produk .....	54
Tabel 4.1 <i>Case Processing Summary</i> .....	59
Tabel 4.2 <i>Reliability Statistics</i> .....	60
Tabel 4.3 <i>Item Total Statistics</i> .....	61
Tabel 4.4 Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.5 Usia .....	64
Tabel 4.6 Pekerjaan .....	66
Tabel 4.7 Pendapatan .....	68
Tabel 4.8 Penggunaan Pulsa .....	70
Tabel 4.9 Pengisian ulang pulsa per bulan .....	72
Tabel 4.10 GSM Utama .....	74
Tabel 4.11 Waktu Pemakaian GSM .....	76
Tabel 4.12 Alasan memilih kartu GSM .....	78
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif .....	81
Tabel 4.14 Korelasi .....	83
Tabel 4.15 <i>Variables Entered/Removed</i> .....	84
Tabel 4.16 Model Summary .....	86
Tabel 4.17 ANOVA .....	87
Tabel 4.18 Koefisien .....	89
Tabel 4.19 Korelasi antara Tarif dengan Switch .....	91
Tabel 4.20 F-Test antara Tarif dengan Switch .....	91
Tabel 4.21 T-test antara Tarif dengan Switch .....	92

Tabel 4.22 T-test antara Komunitas dengan Switch .....	95
Tabel 4.23 F-test antara Komunitas dengan Switch .....	96
Tabel 4.24 T-test antara Komunitas dengan Switch .....	96
Tabel 4.25 Korelasi antara Fitur dengan Switch .....	99
Tabel 4.26 F-Test antara Fitur dengan Switch .....	100
Tabel 4.27 T-test antara Fitur dengan Switch .....	100
Tabel 4.28 Korelasi antara Kualitas Layanan Pelanggan dengan Switch .....	102
Tabel 4.29 F-Test antara Kualitas Layanan Pelanggan dengan Switch .....	103
Tabel 4.30 T-Test antara Kualitas Layanan Pelanggan dengan Switch .....	103
Tabel 4.31 Korelasi antara Kualitas <i>Produk</i> dengan Switch .....	105
Tabel 4.32 F-Test antara Kualitas <i>Produk</i> dengan Switch .....	106
Tabel 4.33 T-Test antara Kualitas <i>Produk</i> dengan Switch .....	106
Tabel 5.1 GSM yang dipakai .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar GSM di Indonesia Tahun 2007 .....	3
Gambar 2.1. <i>Five Product Levels</i> .....	15
Gambar 2.2 <i>The Quality Cycle</i> .....	24
Gambar 2.3 <i>Model of Service Quality Gaps</i> .....	26
Gambar 3.1 Kerangka Pikir .....	29
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
Gambar 4.1 Jenis Kelamin .....	63
Gambar 4.2 Usia .....	65
Gambar 4.3 Pekerjaan .....	67
Gambar 4.4 Pendapatan .....	69
Gambar 4.5 Penggunaan pulsa .....	71
Gambar 4.6 Pengisian ulang pulsa per bulan .....	73
Gambar 4.7 GSM Utama .....	75
Gambar 4.8 Waktu Pemakaian GSM .....	77
Gambar 4.9 Alasan Utama .....	79
Gambar 4.10 Hubungan antara usia dengan alasan memakai produk .....	93
Gambar 4.11 Hubungan antara Pendapatan dengan alasan memakai produk .....	94
Gambar 4.12 Kualitas Produk dengan kartu GSM pra bayar Utama .....	107
Gambar 5.1 Hubungan antara kepuasan responden dengan keinginan untuk menambah kartu GSM pra bayar .....	111
Gambar 5.2 Hubungan antara penggunaan pulsa dengan isi ulang pulsa .....	112
Gambar 5.3 Jarang terjadi masalah ketika melakukan SMS atau panggilan telepon .....	113
Gambar 5.4 Kemudahan Menghubungi Layanan Pelanggan .....	114
Gambar 5.5 Hubungan antara lamanya pemakaian GSM pra bayar dengan alasan memakai kartu GSM pra bayar .....	116



Gambar 5.6 Hubungan antara jumlah kartu GSM yang dipakai dengan keinginan  
untuk menambah kartu GSM .....123