

**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Fitur – Fitur
Kartu Halo Bebas Telkomsel
(Studi Kasus Di Kota Semarang)**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh :

Nama : Miralda Indriani Dewi

NIM : 00.30.0079

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2006**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Miralda Indriani Dewi

NIM : 00.30.0079

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : **Analisis Sikap Konsumen terhadap Fitur – Fitur Kartu Halo
Bebas Telkomsel (Studi Kasus Di Kota Semarang)**

Disetujui di Semarang, Juni 2006

Pembimbing

(Berta Bekti, SE, MSi)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

**Analisis Sikap Konsumen terhadap Fitur–fitur Kartu Halo Bebas Telkomsel
(Studi Kasus Di Kota Semarang)**

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Miralda Indriani Dewi

NIM : 00.30.0079

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : Juli 2006
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Pembimbing

(Berta Bekti, SE, MSi)

Koordinator Penguji

(Posmaria. S., SE. MSi.)

Dekan Fakultas Ekonomi

(Sentot Suciarto A., Ph.D)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Siapa mencintai didikan, mencintai pengetahuan, tetapi siapa membenci teguran, adalah dungu. “ (Amsal 12 : 1)

“ Serahkanlah kuatirmu kepada Tuhan, maka Ia akan memelihara engkau! Tidak untuk selama-lamanya dibiarkan-Nya orang benar itu goyah “ (Mazmur 55 : 23)

“ Sebab aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan “ (Yeremia 29 : 11)

“ Kebajikan dan kemurahan belaka akan mengikuti aku, seumur hidupku; dan aku akan diam dalam rumah Tuhan sepanjang masa “ (Mazmur 23 : 6)

“ Mengucap syukur dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah didalam Kristus Yesus bagi kamu “ (1 Tesalonika 5 : 18)

“ Cinta adalah sesuatu yang menakjubkan. Kamu tidak perlu mengambilnya dari seseorang untuk memberikannya kepada orang lain. Kamu selalu memilikinya lebih dari cukup untuk diberikan kepada orang lain ”.

*Skripsi ini kupersembahkan untuk
Yesus Kristus yang telah melimpahkan Anugerah dan Berkat-Nya,
yang tercinta (Alm) Papa, Mama, Dini, dan seluruh keluarga
yang selalu memberikan doa, cinta dan kasih sayangnya.*

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miralda Indriani Dewi

NIM : 00.30.0079

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Juli 2006

(Miralda Indriani Dewi)

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi kini dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat. Perusahaan yang ada bersaing untuk berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bahkan usaha yang dilakukan terus dikembangkan untuk membuat inovasi-inovasi baru bagi produk atau jasa yang diberikan guna mempertahankan dan bahkan menambah jumlah konsumen untuk memakai dan menikmati produk atau jasa yang diberikan.

Perusahaan perlu memperhatikan sepenuhnya sikap para pelanggan terhadap ketidakpuasan yang mereka alami dalam menggunakan dan menikmati produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Bahkan pelanggan mungkin dapat berhenti atau tidak akan menggunakan produk atau jasa yang bersangkutan. Pelanggan mungkin juga akan menyampaikan kepada anggota keluarga dan teman-teman tentang ketidakpuasan yang dialami. Dalam situasi ini perusahaan akan kehilangan konsumen atau pelanggan. Perusahaan dituntut untuk selalu memahami dan memantau sikap konsumen. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan dasar bagi suatu perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilan pemasaran. Pemahaman akan sikap konsumen menjadi penting bagi perusahaan.

Teknologi komunikasi yang sekarang ini menjadi trend dikalangan masyarakat adalah telepon seluler, yang lebih dikenal dengan istilah handphone atau ponsel. Untuk mengaktifkan ponsel diperlukan SIM Card. SIM Card atau kartu SIM yang digunakan pada ponsel GSM itu sendiri dapat dibedakan menjadi dua yang berhubungan dengan sistem pembayaran yaitu kartu SIM Pra Bayar dan kartu SIM Paska Bayar. Kartu SIM Pra Bayar adalah kartu ponsel yang menggunakan sistem pembelian kartu perdana yang selanjutnya pelanggan harus membeli *voucher isi ulang* yang sudah disediakan atau pembayaran pemakaian telepon di depan. Kartu SIM Paska Bayar adalah kartu ponsel yang mengharuskan konsumennya untuk berlangganan ke salah satu operator GSM dengan kewajiban membayar abonemen dan pulsa yang ditagihkan pada bulan berikutnya dan bulan pemakaian. Selain itu pelanggan tidak perlu melakukan pengisian ulang pulsa jika sudah habis masa waktu penggunaannya.

Saat ini di Indonesia terdapat tiga operator ponsel GSM, yaitu PT. Telkomsel, PT. Indosat, PT. Excelcomindo Pratama. Untuk menghadapi persaingan, mereka berusaha menarik konsumen dengan memberikan fasilitas dan pelayanan tersendiri. PT. Indosat mempunyai produk Kartu Paska Bayar adalah Matrix dan Kartu Pra Bayar adalah Mentari dan IM3. PT. Excelcomindo Pratama mengeluarkan kartu GSM yang bisa digunakan di dalam negeri di seluruh jaringan PT. Excelcomindo Pratama, baik pembicaraan lokal, SLJJ, dan SLI. Produk dari PT. Excelcomindo Pratama adalah Pro XL Jempol dan Pro XL Bebas.

Sedangkan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang operator ponsel GSM di Indonesia adalah PT. Telkomsel. Produk utama PT. Telkomsel untuk Kartu Paska Bayar adalah Kartu Halo, yaitu kartu seluler GSM Paska Bayar dengan kapasitas memori 64 Kb yang lebih besar dibandingkan kartu seluler

biasa, dan Kartu Simpati serta Kartu AS untuk Kartu Pra Bayar. Kartu Halo menggunakan teknologi GSM yang merupakan sistem komunikasi bergerak tanpa batas dan berusaha menjamin penggunaannya memperoleh semua keunggulan GSM, seperti (*IoD*) *Info on Demand* yaitu fasilitas untuk mengakses informasi langsung dari ponsel secara lebih cepat dan mudah Music & Movie, Fun, News & Finance, Stock dan Directory, Multi Mobile Banking yaitu kenyamanan mobilitas di bidang perbankan, *Veronica* (*Voice Mail*), *Short Message Service* (*SMS*), keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu yang bagus dan jangkauan yang luas (PT. Telkomsel).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisa masalah ini dengan judul *Analisis Sikap Konsumen terhadap Fitur-fitur Kartu Halo Bebas Telkomsel (Studi Kasus Di Kota Semarang)*“

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah bagaimana sikap para konsumen terhadap fitur-fitur tarif lokal, tarif interlokal, tarif internasional, fasilitas SMS, bebas roaming nasional, GPRS dan MMS, kekuatan signal, jangkauan wilayah, tempat pembayaran tagihan, pengiriman billing ke rumah/kantor, hadiah Halo Point yang berhadiah utama mobil BMW serta hadiah yang membuat konsumen setia. Agar penelitian lebih terarah dan mengingat keterbatasan peneliti maka permasalahan dalam penelitian dibatasi pada penilaian sikap konsumen terhadap tarif lokal, tarif interlokal, tarif internasional, fasilitas SMS, bebas roaming nasional, GPRS dan MMS, kekuatan signal, jangkauan wilayah, tempat pembayaran tagihan, pengiriman billing ke rumah/kantor, hadiah Halo Point yang berhadiah utama mobil BMW dan hadiah yang membuat pelanggan setia.

Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya. Ada beberapa konsep dalam tinjauan pustaka yaitu pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, pengertian sikap konsumen, pengertian jasa, atribut produk, pengertian tarif, pengertian kualitas, pengertian fasilitas, produk kartu halo.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran validitas, reliabilitas, skala pengukuran, serta teknik analisis data yaitu beda semantik.

Pada pembahasan dikemukakan mengenai gambaran umum responden umum responden yang meliputi pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan jenis kartu Halo serta pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan. Dalam pembahasan, dikemukakan pula hasil penelitian dan inteprestasi hasil penelitian dimana berdasarkan hasil beda semantik dapat diketahui terdapat perbedaan antara skor kinerja dan skor harapan konsumen terhadap kartu Halo Bebas dimana skor rata-rata harapan konsumen lebih besar dari skor rata-rata kinerja. Sikap yang negatif terhadap fitur-fitur Kartu Halo Bebas dilihat dari beberapa fitur skor kinerja lebih rendah daripada skor harapan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak yang perlu dilakukan produsen Kartu Halo Bebas untuk meningkatkan semua atribut Kartu Halo Bebas serta pelayanan agar benar-benar sesuai dengan keinginan pelanggannya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas bimbingan, berkat, anugerah dan pertolongan-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari semua ini bisa terlaksana berkat anugerah dan bimbingan-Nya semata.

Skripsi yang berjudul “ *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Fitur-Fitur Kartu Halo Bebas Telkomsel (Studi Kasus Di Kota Semarang)* “ ini diajukan untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Sarjana (S 1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan perhatiannya kepada penulis. Terima kasih yang sebesar-besarnya ini penulis sampaikan kepada :

1. Bapak A. Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu A. Ratna Wulandari SE, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Ibu Berta Bektu R. SE, Msi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan perhatian dan bimbingan serta mengarahkan dan membantu penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak A. Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bimbingan dan ilmunya kepada peneliti.
6. (Alm) Papa Ir. Rahardjo Soemardi yang tersayang. Terima kasih atas semua dukungan, kasih sayang, cinta, dan doanya selama ini. Maaf belum sempat membahagiakan, tetapi papa bisa lihat dari surga. Dan kita tetap satu dalam Kristus.
7. Mama Ny. Rukmi Rahardjo, Am, Keb yang tersayang. Terima kasih atas semua dukungan, kasih sayang, cinta, dan doanya selama ini. Hidup wonder woman.....
8. Adekku Riandini Dwi Anggreani Dewi, SE, dan semua keluarga yang telah menemani dan mendorong penulis untuk terus maju menyelesaikan skripsi ini.
9. Om Cipto, Om Rus, Om Daru, dan Tante Evi. Terima kasih banyak untuk doa dan dukungannya serta puasanya waktu penulis ujian skripsi. Gbu....
10. Om tutuk dan tante ester. Terima kasih untuk doanya. Akhirnya semua dapat terselesaikan dengan baik.
11. Arief yang tercinta. Terima kasih atas semua doa, dorongan, dukungan, cinta dan kasih sayangnya.
12. Barata adi candra. Terima kasih untuk perhatian dan doanya selama ini.
13. Kakak rosa dan keluarga. Thaks so much untuk sherringnya, doa dan dukungan dalam semua masalah.

14. Teman-temanku Meta, Miranti, Ayu, Siska, Erick, Giena. Terima kasih banyak buat persahabatan, bantuan dan membangkitkan semangatku.
15. Vony dan Elis. Thank u persahabatan yang long time, dan selalu menguatkan dalam segala situasi.
16. Sepupuku Dian.. Thaks ya.. buat jalan-jalannya.. bantu buang stress.. Gbu
17. Mia. Trim's semua informasi tentang Telkomsel.
18. Bapak Ari. Terima kasih membantu penelitian dalam mengumpulkan data di Grapari Telkomsel.
19. Semua pihak yang telah banyak membantu hingga selesainya penulisan ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun untuk lebih memperbaiki dan menyempurnakan penulisan selanjutnya dari berbagai pihak sangatlah peneliti harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2006

Miralda Indriani Dewi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Pembatasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Pengertian Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran	13
2.2. Pengertian Sikap Konsumen	16
2.2.1. Sifat Dari Sikap	17

2.2.2. Pembentukan Sikap	18
2.3. Pengertian Jasa.....	19
2.3.1. Karakteristik Jasa	20
2.3.2. Komponen Kualitas Jasa	21
2.4. Pengertian Atribut Produk	23
2.5. Pengertian Tarif.....	26
2.6. Pengertian Kualitas	26
2.7. Pengertian Fasilitas	27
2.8. Produk Kartu Halo Bebas Telkomsel.....	29
2.9. Kerangka Pikir Penelitian	33
2.10. Definisi Operasional	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	39
3.2. Populasi	40
3.3. Sampel.....	40
3.4. Jenis Data	41
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6. Skala Pengukuran.....	42
3.7. Metode Pengujian Instrumen	43
3.6.1. Uji Validitas.....	43
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	45
3.8. Metode Analisis Data.....	46

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1.	Gambaran Umum Responden	49
	1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	50
	2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	50
	3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kartu Halo	51
	4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.	Analisis Hasil Penelitian	53
	1. Tarif.....	54
	2. Fasilitas	56
	3. Kualitas	58
	4. Tagihan.....	59
	5. Hadiah	61
	4.2.1. Rekapitulasi nilai rata-rata kinerja dan harapan.....	64
	4.2.2. Hasil wawancara dengan beberapa responden.....	64
BAB V	PENUTUP	66
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan Kartu Halo Telkomsel Grapari Semarang ...	7
Tabel 1.2. Hasil Pra survey Fitur – Fitur Kartu Halo Bebas Telkomsel Yang Penting Bagi Konsumen	9
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kartu Halo.....	51
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5. Rata-rata skor kinerja dan harapan konsumen terhadap fitur- fitur Kartu Halo Bebas Telkomsel.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir	33
Gambar 4.1. Skema Beda Semantik Tarif	56
Gambar 4.2. Skema Beda Semantik Fasilitas.....	58
Gambar 4.3. Skema Beda Semantik Kualitas.....	60
Gambar 4.4. Skema Beda Semantik Tagihan	63
Gambar 4.5. Skema Beda Semantik Hadiah.....	65
Gambar 4.6. Skema Beda Semantik skor rata-rata kinerja dan harapan.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	TABULASI DATA DAN SKOR RATA-RATA
LAMPIRAN 3	VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	IDENTITAS RESPONDEN
LAMPIRAN 5	BUKU KONSULTASI SKRIPSI