

**PERSEPSI KONSUMEN PADA TARIF XL
"Rp 0,00000...1 Sampe Puas" DAN FREKUENSI
PENGUNAAN TELEPON SELULER ANTARA
PENGUNA XL LAMA DAN PENGUNA XL BARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun oleh :

Nama : Andre Kurniawan
NIM : 03.30.0260

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2009**

Halaman Motto & Persembahan

What you know is not as important as what you do...

Successful people do not wait for an opportunity, but they look for it!

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada :

Seluruh keluargaku tercinta ...

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PERSEPSI KONSUMEN PADA TARIF XL "Rp 0,00000...1
Sampe Puas" TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN
TELEPON SELULER

Disusun Oleh:

Nama : Andre Kurniawan

NIM : 03.30.0260

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada: September 2008

Disetujui di Semarang, September 2008

Pembimbing,

(A. Haryo Perwito, SE, MA-TRM)

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PERSEPSI KONSUMEN PADA TARIF XL "Rp 0,00000...1
Sampe Puas" TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN
TELEPON SELULER

Disusun Oleh:

Nama : Andre Kurniawan

NIM : 03.30.0260

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal: November 2008

Tim Penguji,

Koordinator

(Anggota)

Anggota

(Ratna Wulandari, SE, MSi) (Posmaria Sitohang, SE, MSi) (A. Haryo Perwito, SE, MA-TRM)

Dekan

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

(Dr. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andre Kurniawan

NIM : 03.30.0260

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, November 2008

ANDRE KURNIAWAN

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang berbahagia ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “PERSEPSI KONSUMEN PADA TARIF XL ”Rp 0,00000...1 Sampe Puas” TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN TELEPON SELULER” ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Dr. Andreas Lako, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Bapak A. Haryo Perwito, SE, MA-TRM, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan petunjuk kepada peneliti selama ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
4. Staff Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

5. Kedua orang tuaku, dan seluruh keluargaku, yang selama ini telah memberikan banyak dukungan baik moril maupun materiil.
6. Teman-temanku, dan sahabatku satu kampus, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Akhir kata, jika terdapat kesalahan pada skripsi ini, maka peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya dan meminta kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, Oktober 2008

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto dan Persembahan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Abstrak	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II: LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Persepsi Konsumen.....	9
2.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.4.1. Faktor budaya atau kultur	12

2.4.2. Faktor-Faktor Sosial.....	13
2.4.3. Faktor-faktor Pribadi	14
2.4.4. Faktor-faktor Psikologis.....	17
2.5. Tahap-tahap Proses Pembelian Konsumen.....	19
2.6. Dampak Harga Terhadap Keputusan Konsumen.....	24
2.7. Teknologi Operator Seluler.....	25
2.8. Perang Harga.....	26
2.9. Produk Baru.....	27
2.10. KERANGKA PIKIR.....	28
2.11. DEFINISI OPERASIONAL.....	29
2.11.Hipotesis.....	30
BAB III: METODE PENELITIAN	31
3.1. Populasi dan Sampel.....	31
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3. Skala Pengukuran Data.....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian.....	33
3.5.1. Pengujian Validitas.....	33
3.5.2. Pengujian Reliabilitas.....	34
3.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.6.1. Hasil Pengujian Validitas.....	34
3.6.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	35
3.7. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum Responden.....	38
4.2. Tanggapan Responden Terhadap Tarif XL dan Frekuensi Penggunaan.....	39
4.3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	44
BAB V: PENUTUP.....	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model (Tahapan) Proses Pembelian.....	21
Gambar 2.2. Kerangka Pikir.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Seluler di Indonesia untuk Tahun 2000 – 2006.....	2
Tabel 1.2. Tarif XL.....	4
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas (100 Orang Responden)	35
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	35
Tabel 3.3. Kategori Tanggapan Responden	36
Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4.3. Tanggapan Pengguna XL (<i>Existing Customer</i>) terhadap Tarif XL dan Frekuensi Penggunaan	40
Tabel 4.4. Tanggapan Non Pengguna XL (<i>New Customer</i>) terhadap Tarif XL dan Frekuensi Penggunaan	42
Tabel 4.5. Hasil Uji Hipotesis.....	44

ABSTRAK

Pasar seluler Indonesia sangatlah atraktif. Dalam 5 tahun ke depan bisnis telepon selular di Indonesia masih akan terus berjaya. Menurut prediksi Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia (ATSI), jumlah pelanggan telepon diperkirakan akan mencapai 82,1 juta. Puncak pertumbuhan terjadi pada 2006 ke 2007, yakni dari 50,2 juta ke 72,5 juta pelanggan. Pada tahun 2005 ini, jumlah pelanggan selular diperkirakan bakal menjadi 40 juta. Persepsi konsumen merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, sebab dengan adanya persepsi konsumen yang positif akan membuat konsumen melakukan tindakan positif terhadap pembelian sebuah produk perusahaan. Pada penelitian ini akan dianalisis mengenai persepsi konsumen tentang tarif XL yang menarik ini, dengan membedakan persepsi konsumen pengguna XL dan non pengguna XL. Maka berdasarkan pada uraian di atas, maka sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Persepsi Konsumen Pada Tarif XL Rp 0,00000...1 Sampe Puas Terhadap Frekuensi Penggunaan Telepon Seluler”.

Perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan: “Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen pada tarif XL Rp 0,00000...1 Sampe Puas terhadap frekuensi penggunaan telepon seluler, dilihat dari pengguna XL dan non pengguna XL?”

Tujuan dari penelitian ini adalah : untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap tarif XL Rp 0,00000...1 Sampe Puas terhadap frekuensi penggunaan telepon seluler, ditinjau dari pengguna XL dan non pengguna XL.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan telepon operator seluler. Teknik sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini sampelnya adalah 100 orang dengan kriteria: merupakan pengguna XL maupun non pengguna XL (terdiri dari masing-masing 50 orang).

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran data yaitu dengan Skala Likert. Dalam penelitian ini data primer yang dibutuhkan dikumpulkan dengan metode kuesioner. Kemudian dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kualitatif (uji beda rata-rata atau *compare means*).

Berdasarkan pada hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen pada tarif XL Rp 0,000...1 Sampe Puas terhadap frekuensi penggunaan telepon seluler, dilihat dari pengguna XL lama (*existing customer*) dan pengguna XL baru (*new customer*).

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Sebaiknya pihak XL dapat mempertahankan pelayanan tarifnya yang selama ini telah disetujui oleh konsumen merupakan tarif yang murah dan membuat mereka lebih sering menggunakan telepon selulernya setelah tarif baru ini diberlakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan program

promosi yang lebih menarik di mata konsumennya sehingga frekuensi penggunaan telepon seluler mereka lebih sering. Kemudian di masa mendatang pihak XL dapat lebih meningkatkan pelayanannya lagi sehingga konsumennya menjadi semakin loyal dan tidak beralih pada produk lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah jaringan supaya pelayanan kepada konsumen lebih baik. (2) Pada penelitian berikutnya dengan topik yang sama dapat ditambahkan sampel penelitian yang lebih banyak dan juga dapat dilakukan untuk melakukan perbandingan pada produk kartu seluler yang lain, misalnya membandingkan antara persepsi konsumen untuk kartu seluler Kartu As atau Mentari. Bahkan dapat dilakukan penelitian serupa dengan menggunakan obyek kartu seluler CDMA, seperti Flexi, Esia, Fren.