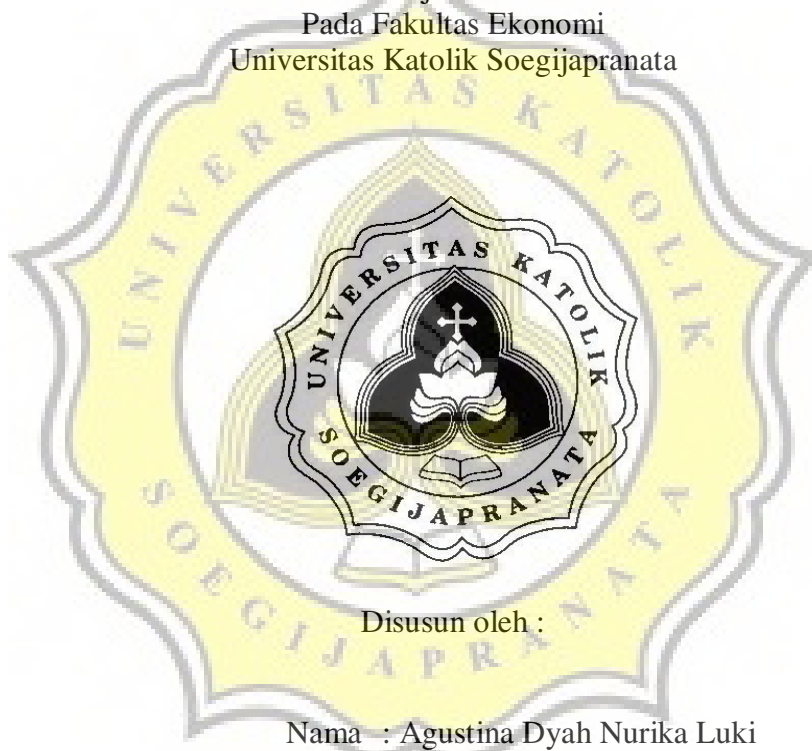


**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KARTU PRABAYAR SIMPATI  
BERDASARKAN KONSEP EMPAT C (CUSTOMER SOLUTION,  
CUSTOMER COST, CONVENIENCE, COMMUNICATION)  
Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh :

Nama : Agustina Dyah Nurika Luki

NIM : 03.30.0120

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2008**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul** : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KARTU PRABAYAR SIMPATI BERDASARKAN  
KONSEP EMPAT C ( CUSTOMER SOLUTION,  
COSTUMER COST, CONVENIENCE, COMMUNICATION )  
Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang

Disusun Oleh :

Nama : Agustina Dyah Nurika Luki

NIM : 03.30.0120

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada :

Semarang, 1 Maret 2008

Pembimbing

( Berta Bektı R, SE. MSi )

## PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul** : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KARTU PRABAYAR SIMPATI BERDASARKAN  
KONSEP EMPAT C ( CUSTOMER SOLUTION,  
CUSTOMER COST, CONVENIENCE, COMMUNICATION)  
Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang

Disusun Oleh :

Nama : Agustina Dyah Nurika Luki

NIM : 03.30.0120

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik  
Soegijapranata

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji pada Hari Kamis, 27 Maret 2008 :

Koordinator Penguji Tim Penguji Anggota

(Dra. MY. Dwi H, MBA) (Drs. R. BowoHarcahyo, MBA) (Berta Bektir, SE.MSi)

Dekan  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto, A.,Ph.D)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

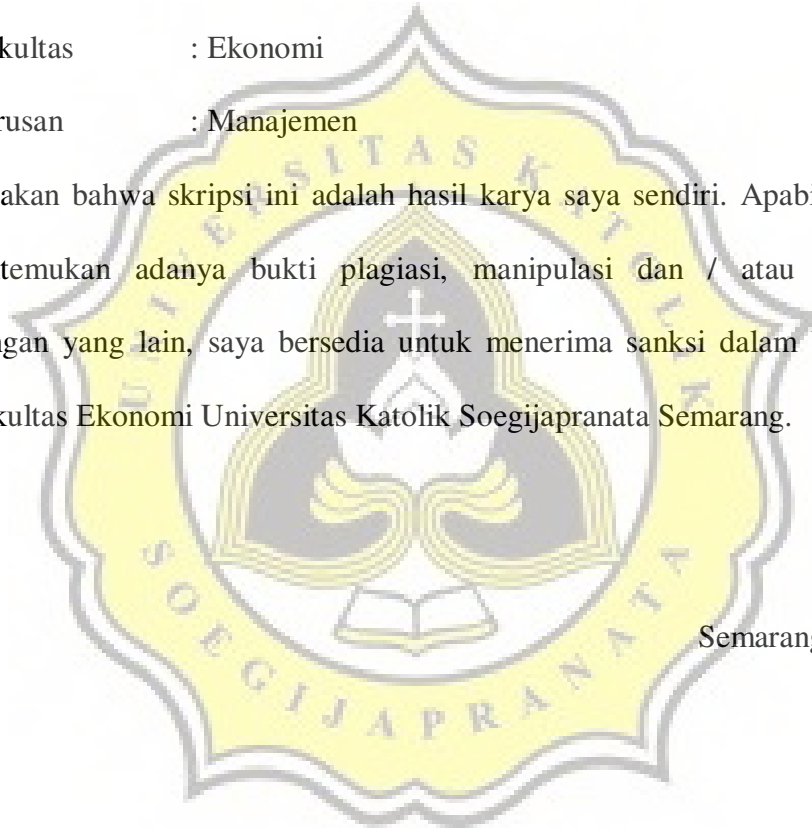
Nama : Agustina Dyah Nurika Luki

NIM : 03.30.0120

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, 1 April 2008

(Agustina Dyah Nurika Luki)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**” Apa yang kamu simpan untuk dirimu sendiri akan lenyap, tetapi apa yang kamu berikan kepada orang lain akan kamu miliki selamanya.”**

**” Lilin meski kecil apinya tetap bisa memberi manfaat, menerangi gelap yang lebih daripada lilin sendiri. Lilin memberikan cahaya tanpa mengharap balas jasa bisa menerima apa adanya perbedaan di dunia.”**

**” Orang sukses tidak akan terkalahkan hawa nafsu, kesabarannya tidak akan melemah, tidak akan goyah atas godaan, dan tidak sibuk dengan kegagalan yang dialaminya.”**

*Karya ini dipersembahkan sebagai ungkapan syukur kepada Tuhan YME atas Rahmat –Nya dan sebagai perwujudan tanda bakti dan terimakasihku kepada Papa, Mama, Adikku tercinta serta seseorang yang menyayangiku yang selalu memberi dukungan do'a dan bantuannya selama melaksanakan penelitian ini.*

## ABSTRAKSI

Pada era globalisasi dan modern ini, informasi menjadi kebutuhan vital agar dapat bersaing dalam situasi yang berubah cepat. Oleh karena itu ketersediaan teknologi untuk melakukan komunikasi maupun pengelolaan informasi yang tidak terhalang oleh jarak dan waktu sangat dibutuhkan perusahaan. Berdasarkan data dari ATSI (Asosiasi Telepon Seluler Indonesia) pengguna atau pelanggan telepon seluler di Indonesia diperkirakan akan mencapai 82,1 juta. PT. Telkomsel pada tanggal 13 November 1997 mengeluarkan kartu prabayar simpati. Pada beberapa tahun yang lalu kebutuhan seluler lebih dipicu oleh adanya gaya hidup kalangan atas, dimana pemilikan telepon seluler tidak didasarkan pada kepentingan fungsional, tetapi lebih dititik beratkan pada pencapaian sebuah status.

Begitu pula dengan penelitian ini, peneliti melakukan penelitian bagaimana tanggapan konsumen terhadap kartu prabayar simpati berdasarkan konsep 4C. Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata. Pada beberapa tahun yang lalu kebutuhan seluler lebih dipicu oleh adanya gaya hidup kalangan atas, dimana pemilikan telepon seluler tidak didasarkan pada kepentingan fungsional, tetapi lebih dititik beratkan pada pencapaian sebuah status. Keterkaitan antara variabel bauran pemasaran terhadap jumlah dan kepuasan pelanggan menjadi salah satu siasat PT Telkomsel melalui produknya (Simpati) untuk mempertahankan posisi sebagai market leader operator seluler prabayar di Indonesia, kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNIKA pengguna kartu prabayar simpati. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode penentuan sampel *accidental sampling*. Sampel berjumlah 100 responden mahasiswa pengguna (pelanggan) kartu prabayar Simpati di UNIKA. Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Penelitian ini menggunakan alat ukur dengan skala Likert. Sedangkan alat analisisnya menggunakan analisis deskriptif dengan rentang skala.

Hasil penelitian mengenai tanggapan konsumen terhadap kartu prabayar simpati berdasarkan konsep 4 C ini adalah baik karena pihak simpati memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan serta melimpahkan rahmat dan nikmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa rahmat dan nikmat-Nya serta bantuan doa dan dukungan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis karya ini tidak akan mungkin berjalan dengan lancar. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Sentot Suciarto A, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata
2. Ibu Eva Maria S., MM, selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis selama menempuh kuliah.
3. Ibu Berta Becti R, SE. MSi, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, dorongan, saran, dan kesediaannya meluangkan waktu selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dra. MY. Dwi Hayu, MBA dan bapak Drs. R. Bowo, MBA sebagai dosen penguji skripsi.
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Katolik Soegijapranata Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberi bantuan dan ilmu yang sangat berharga selama penulis menuntut ilmu.
6. Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang atas bantuan, waktu, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

7. Terimakasih yang tak terhingga atas doa, dukungan, bantuan, nasehat dan semangatnya yang tiada henti yaitu kepada keluargaku tercinta dan tersayang papa, mama, dan adikku Ayu.
8. Terimakasih untuk orang yang kusayangi atas cinta, semangat, bantuan serta doanya yang tiada henti dari Puguh Hari Suhartopo beserta keluarga.
9. Keluarga besar papa dan mama (terutama Eyang ti tersayang, Mba Tituk-Om Pur; Mas Don-Mba Nur; Mba Nuk; Mba Naning- Mas Yoyok; Mas Unggul Mba Anik; Mba Nana – Mas Dahono; Budhe Kis – Pakde Marjono serta sepupu kecilku nita, deK Qi2, di2t, ni2n,sinta, pulung, dephy.
10. Sahabatku dari kecil Gani, yang telah menemani mondar – mandir.
11. Teman baikku Gembul, Be2k, Look-Q, Johan, Yudhi, Es-Pe, Mr. Penyu, Bagus, Aryo, Ryan, Hendrik, Ukie, Nia, Lia, Rikee, Listya,dll

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna penulis mengharapkan suatu kritik dan saran yang membangun. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberi bantuan dan doanya selama ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan suatu manfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 1 April 2008

Peneliti

(Agustina Dyah Nurika Luki)



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II : LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran .....	7
2.1.3. Pengertian 4C .....	14
2.1.4. Gambaran Umum Kartu Prabayar Simpati.....	19
2.1.5. Perilaku Konsumen.....	23

2.2. Kerangka Pikir Penelitian.....	24
2.3. Definisi Operasional .....	25
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian .....	27
3.2. Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1. Populasi .....	27
3.2.2. Sampel .....	27
3.3. Metode Pengumpulan data .....	29
3.4. Metode Pengukuran Data.....	29
3.5. Validitas Reliabilitas .....	30
3.5.1. Validitas.....	30
3.5.2. Reliabilitas.....	32
3.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.1. Hasil Uji Validitas .....	33
3.6.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	34
3.7. Metode Analisis Data .....	34
<b>BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Gambaran Umum Responden .....	36
4.2. Analisis Deskriptif.....	39
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>46</b>
5.1. Kesimpulan .....	46
5.2. Saran .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Keterkaitan antara 4 P dengan 4 C.....	13
Tabel 2.2. Aktivitas yang dibutuhkan dalam mencapai 4 P dan 4 C.....	15
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Per Bulan Untuk Membeli Pulsa.....	38
Tabel 4.5. Tanggapan Konsumen Terhadap Customer Solution .....	39
Tabel 4.6. Tanggapan Konsumen Terhadap Customer Cost .....	41
Tabel 4.7. Tanggapan Konsumen Terhadap Convenience.....	43
Tabel 4.8. Tanggapan Konsumen Terhadap Communication.....	44
Tabel 4.9. Tanggapan Konsumen Terhadap 4C.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian .....	24
---	----

