

Em.  
058.90354.  
Pra  
5  
198

**STUDI PENDAPAT KONSUMEN TENTANG  
PENGARUH FAKTOR HARGA, MERK, DAN PENDAPATAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TELEPON GEGAM GSM TELKOMSEL  
( Studi Kasus Di PT Jala Kenoana Parahyangan Semarang )**

**S K R I P S I**

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



**Disusun Oleh :**

**Nama : INDAH BESTARI PRAKOSO**

**NIM : 92.30.1308**

**NIRM : 92.6.111.0201.50115**

**Jurusan : Manajemen**



**PERPUSTAKAAN**

No. INV.	0779/E/CI.
Th. Angg.	Cat COM98
PARAP.	WAWAN. TGL. 19-5-1998

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**1998**

## HOTTO

" MASA DEPAN HARUS DIPIKIRKAN,  
DIRENCANAKAN DAN DIPERSIAPKAN  
SEBAIK-BAIKNYA, TETAPI JANGAN  
SEKALI-KALI ANDA KHAWATIR AKAN  
HARI ESOK. "

( Dale Carnegie )

" JIKA SESEORANG MELANGKAH DE-  
NGAN MANTAP KE ARAH YANG DI-  
ANGANKANNYA DAN BERUSAHA KERAS  
UNTUK HIDUP SEPERTI APA YANG  
IA BAYANGKAN, IA AKAN MEMPERO-  
LEH SUKSES YANG TIDAK PERNAH  
TERPIKIR OLEHNYA. "

( Thoreau )

*Kupersembahkan skripsi ini untuk:  
PAPA dan MAHA serta KAKAK-KAKAK  
yang TERCINTA dan MENYAYANGIKU.*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : INDAH BESTARI P  
NIM : 92.30.1306  
NIRM : 92.6.111.02016.50115  
FAKULTAS : EKONOMI  
JURUSAN : MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : " STUDI PENDAPAT KONSUMEN TENTANG PENGARUH  
FAKTOR HARGA, MERK, DAN PENDAPATAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TELEPON  
GENGGAM GSM TELKOMSEL "  
( Studi Kasus di PT. Jala Kencana Parahya-  
ngan Semarang )

Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : Maret 1998

PEMBIMBING I

( Drs. WIRATNO, MEc )

PEMBIMBING II

( B. KARNO BUDI P, S.E., M.M )

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : STUDI PENDAPAT KONSUMEN TENTANG PENGARUH  
FAKTOR HARGA, MERK DAN PENDAPATAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TELEPON  
GENGGAH GSM TELKOMSEL


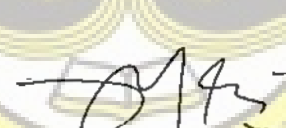

( Studi kasus di PT. Jala Kencana Parah-  
yangan Semarang )

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada :  
Semarang, 17 April 1998

Penguji I

Penguji II

Penguji III

    
(Dra. Retno Y. MSi) (Ch. Yekta P. SE) (Drs. B. Yuniarto W. MSM)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



( Komala Inggarwati. S.E, M.M )

## ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin luas dan padat dengan berbagai macam kegiatan usaha yang dipandang masih memberikan peluang untuk berkembang dan memperoleh peluang yang relatif menguntungkan. Hal ini akan mengundang persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, maka perusahaan harus dapat berorientasi pada kebutuhan konsumen yaitu perusahaan dituntut untuk memahami dan mengerti perilaku konsumennya.

Hal ini terjadi pada perusahaan telepon genggam yang mempunyai permintaan atas barang dan jasa yang cenderung semakin meningkat. Produk ini merupakan teknologi baru bagi perkembangan telekomunikasi dewasa ini.

Perusahaan yang terjun ke dalam bisnis telepon genggam, khususnya perusahaan operator seperti Telkomsel. Pada awalnya Telkomsel adalah service name ( nama layanan ) dari jasa telekomunikasi bergerak seluler ( STBS ), kemudian melakukan sistem GSM ( Global System for Mobile Communication ).

Perilaku konsumen perlu dipelajari mengingat bahwa perilaku konsumen sangat beraneka ragam karena adanya beberapa faktor yang berbeda antara lain selera, kebutuhan, gaya hidup, harga, merk, mutu, fasilitas, promosi, tingkat pendapatan dan sebagainya.

Dalam penelitian ini faktor yang dipilih adalah mengenai faktor harga, merk dan pendapatan apakah mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian telepon genggam GSM Telkomsel. Karena faktor harga, merk dan pendapatan adalah faktor yang perlu dipertimbangkan dan pertama ditemui para konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian telepon genggam GSM Telkomsel.

Perusahaan harus dapat mengidentifikasi berbagai pengaruh tersebut sehingga dapat menetapkan segmentasi pasar yang akan dilayani dan strategi pemasarannya, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Maka dalam penelitian ini akan diteliti tentang faktor harga, merk dan pendapatan yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian telepon genggam GSM Telkomsel pada PT. Jala Kencana Parahyangan Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pemakai telepon genggam GSM Telkomsel di PT. Jala Kencana Parahyangan Semarang, khususnya yang membeli ponsel dengan merk Erickson, Siemens dan Nokia., berdasarkan rata-rata penjualan tiap bulannya sebesar 100 unit.

Adapun sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *Teknik Quota Sampling*, sedang sampel yang diambil sejumlah 50 responden.

Teknik analisis data yang dipakai yaitu dengan menggunakan *Deskripsi Eksploratif*. Sebelum dilakukan test, terlebih dahulu diuji dengan uji Validitas dan Reliabilitas, yaitu dengan menggunakan Koefisien Korelasi Product Moment dan Skala Likert.

Sebagai kesimpulan yang dapat dituliskan di sini dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu :

1. Yang skornya tertinggi adalah merk, yang kedua pendapatan dan yang terakhir harga. Konsumen mempertimbangkan keputusan membeli dilihat dari faktor merk lebih dulu, kemudian mereka melihat pendapatan apakah pendapatannya mencukupi untuk membeli ponsel, meskipun pendapatan pas-pasan tetapi mereka membutuhkannya sebagai alat komunikasi, dan yang terakhir dilihat dari harganya, hal ini berkaitan dengan harga Sim Card, harga ponsel, dan biaya air-time. Hal tersebut mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan membeli telepon genggam GSM.
2. Faktor dari konsumen merupakan faktor yang tidak terkontrol. Artinya faktor tersebut tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, maka oleh perusahaan faktor tersebut dipakai untuk menentukan segmen pasar. Sedang faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti harga dan merk. Kedua faktor tersebut dapat ditinjau kembali jika perusahaan menghendakinya dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dan perusahaan.
3. Pergeseran dari barang mewah ke barang yang tidak mewah, telepon genggam sekarang bukanlah sebagai barang yang mewah, tetapi sudah merupakan kebutuhan bagi manusia yang memiliki mobilitas tinggi dalam berkomunikasi dengan relasinya.

Saran - saran bagi perusahaan :

1. Dari hasil penelitian, ternyata merk yang diminati oleh konsumen adalah merk Erickson, Siemens, dan Nokia. Untuk itu perusahaan diharapkan untuk menambah jumlah persediaan barang seperti merk di atas dalam melakukan penjualan. Karena ketiga merk di atas sudah terkenal, otomatis harganya akan mahal. Untuk itu perusahaan dapat menambah / memperkenalkan merk baru yang lain dengan mutu yang sama, tetapi harganya masih murah.
2. Mengadakan pameran-pameran, untuk memperkenalkan kepada masyarakat akan adanya perkembangan produk-produk telepon genggam GSM yang baru atau fasilitas-fasilitas baru dari Telkomsel seperti peluncuran Kartu Simpati yang akan menekan kendali biaya. Perusahaan juga perlu memperbaiki pelayanan purna jual kepada konsumen agar PT. Jala Kencana Parahyangan dikenal masyarakat yang akan berminat untuk membeli telepon genggam GSM Telkomsel.

Semua itu dilakukan agar konsumen tidak beralih kepada produk lain yang lebih murah seperti dengan mengganti sistem lain seperti AMPS yang lebih murah harganya, atau ke fasilitas operator lain dengan melihat fasilitas-fasilitas seperti harga Sim Card, pelayanan, dan sebagainya.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kasih atas segala kasih karunianya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini dengan judul :

**" STUDI PENDAPAT KONSUMEN TENTANG PENGARUH FAKTOR HARGA, MERK, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TELEPON GENGAM GSM TELKOMSEL " ( Studi Kasus di PT. Jala Kencana Parahyangan Semarang ).**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya dukungan, petunjuk dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terwujud, maka dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

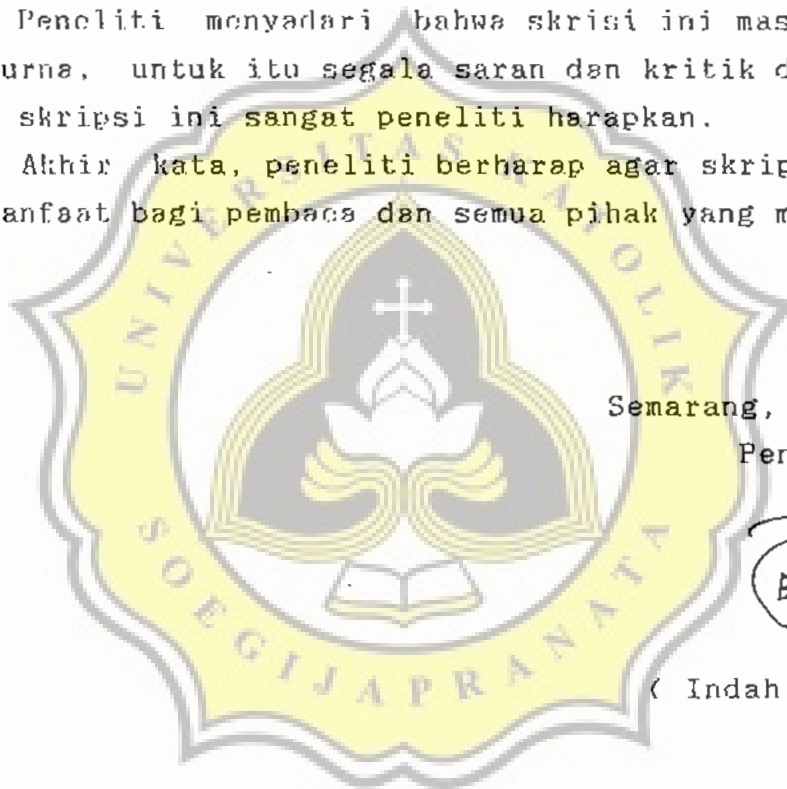
1. Ibu Koesle Indarwati, S.K., M.H., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
2. Bapak Drs. Wiratno, MEd., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing peneliti dengan penuh perhatian, hingga selesainya penulisan skripsi ini.
3. Bapak B. Karno Budi P., S.E., M.M., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran memberikan bimbingan dan petunjuk dengan penuh perhatian, hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Ir. Azis Fuedy, Bapak Eko Budianto, Mbak Arie dan para staf dari PT. Telkonsel Semarang yang telah memberikan izin, masukan dan petunjuk untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Fenny W., sebagai Pimpinan dan sekaligus pemilik dari PT. Jala Kencana Parahyangan Semarang yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian dengan penuh kebaikan.
6. Para staf PT. Jala Kencana Parahyangan Semarang ( mbak

Dyah, mbak Johar, dan mas Edy ) yang telah memberikan bantuan dengan baik untuk penelitian skripsi ini.

7. Papa, Mama dan Kakak-kakak yang kukasihi, yang telah memberikan dorongan semangat, nasihat, bantuan moril maupun materiil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperti: Lyla S.W, Inge, Renita, Luluk, Fely, Christmajanti, Megawati, Juliani dan pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan dan semangat yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini sangat peneliti harapkan.

Akhir kata, peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.



Semarang, Maret 1998  
Peneliti

*ngah*  
BP

( Indah Bestari P )



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2. Teori dan Model Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
- Struktur Keputusan Membeli.....	21

- Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	23
- Keputusan untuk Membeli.....	24
2.2. Kerangka Pikir.....	25
2.3. Definisi Operasional.....	25
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Lokasi Penelitian.....	27
3.2. Populasi.....	27
3.3. Sampel.....	28
3.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4.1. Data Primer.....	29
3.4.2. Data Sekunder.....	30
3.5. Cara Pengumpulan Data.....	30
3.6. Teknik Pengujian Pertanyaan.....	31
3.7. Teknik Analisa Data.....	35
3.7.1. Analisis kualitatif.....	35
3.7.2. Analisis kuantitatif.....	35
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan dan Responden....	37
4.1.1. Gambaran Umum PT. Jala Kencana Parahyan- an.....	37
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	37
4.2. Hasil dan Pembahasan.....	41
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran-saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	: Umur dan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2.	: Status Marital.....	39
Tabel 4.3.	: Jumlah Telepon Genggam yang Dimiliki Responden Berdasarkan Merk .....	39
Tabel 4.4.	: Jumlah Pendapatan dan Faktor Keputusan Membeli.....	40
Tabel 4.5.	: Distribusi Frekwensi Pendapat Konsumen tentang Pendapatan terhadap Keputusan Membeli..	41
Tabel 4.6.	: Distribusi Frekwensi Pendapat Konsumen tentang Harga terhadap Keputusan Membeli.....	43
Tabel 4.7.	: Distribusi Frekwensi Pendapat Konsumen tentang Merk terhadap Keputusan Membeli.....	44
Tabel 4.8.	: Distribusi Frekwensi Pendapat Konsumen tentang Pendapatan, Harga, dan Merk terhadap Keputusan Membeli.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Penelitian.....25



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Jawaban Responden
- Lampiran 2 : Data Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Total Penjumlahan Data Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Total Penjumlahan Data Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Perhitungan Reliabilitas dan Korelasi  
dengan Menggunakan Program SPSS
- Lampiran 6 : Hasil Perhitungan Reliabilitas dan Korelasi  
dengan Menggunakan Program SPSS
- Lampiran 7 : Hasil Perhitungan Reliabilitas dan Korelasi  
dengan Menggunakan Program SPSS
- Lampiran 8 : Tabel  $r$  Product Moment
- Lampiran 9-13 : Kuesioner

