

**UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STRATA – 1
MEDAN**

**ANALISIS PERPINDAHAN KONSUMEN KARTU PRA BAYAR TELEPON
SELULER PADA OPERATOR SELULER LAIN KE TELKOMSEL
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Sastra USU)**

DRAFT SKRIPSI

OLEH

SHELVI A SITANGGANG
050502250
MANAJEMEN



Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Sumatera Utara
2010

ABSTRAK

Shelvi A. Sitanggang (2010), Analisis Perpindahan Konsumen Kartu Pra Bayar Telepon Seluler pada Operator Seluler Lain ke Telkomsel (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara). Frida Ramadhini, SE, MM selaku Dosen Pembimbing, Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe, SE, MSi selaku Ketua Departemen Manajemen, Dra. Friska Sipayung, MSi selaku Dosen Penguji I dan Magdalena LL Sibarani, SE, MSi selaku Dosen Penguji II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan perpindahan dari operator seluler kartu pra bayar lain ke operator seluler kartu pra bayar Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara dan faktor yang paling dominan memberikan pengaruh.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode statistik yang terdiri dari Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Bertanda Wilcoxon/Uji Mann-Whitney dengan bantuan SPSS 14.0 for Windows dan menghitung perbedaan (GAP) pendapat responden dengan perhitungan sederhana Microsoft Excel 2007.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel jaringan, tarif operator seluler, promosi, kemudahan isi ulang dan layanan pelanggan adalah valid dan reliabel dan berpengaruh terhadap perpindahan merek operator seluler kartu pra bayar. Hampir semua variabel pada persepsi konsumen terhadap operator seluler kartu pra bayar Telkomsel dinilai sangat baik kecuali promosi yang menarik yang dinilai baik. Sedangkan hampir semua variabel pada persepsi konsumen terhadap operator seluler kartu pra bayar selain Telkomsel dinilai cukup baik kecuali tarif operator seluler yang dinilai baik. Hasil pengujian dengan perhitungan Uji Bertanda Wilcoxon menunjukkan selisih perbedaan antara pendapat responden yang saat ini menggunakan operator seluler kartu pra bayar Telkomsel dan pendapat responden yang sebelumnya menggunakan operator seluler kartu pra bayar lain selain Telkomsel adalah signifikan dengan nilai $\text{asympt.sig. (2-tailed)} 0.000 \leq 0.05$ dengan jaringan yang berkualitas yang menjadi motivasi paling besar responden berpindah ke operator seluler sebelumnya ke Telkomsel. Uji selisih perbedaan pendapat antara penggunaan operator seluler sebelumnya kemudian berpindah menggunakan Telkomsel dengan pengujian sederhana Microsoft Excel 2007 adalah positif.

Kata kunci: Faktor Perpindahan Konsumen pada Operator Seluler, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara dan juga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini berjudul “Analisis Perpindahan Konsumen Kartu Pra Bayar Telepon Seluler pada Operator Seluler Lain ke Telkomsel (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara).

Penulis telah mendapatkan doa, bimbingan, masukan dan bantuan lainnya dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Jhon Tafbu Ritonga, MEc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara
2. Ibu Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe, SE, MSi, selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara
3. Ibu Dra. Nisrul Irawati, MBA, selaku sekretaris Departemen Manajemen Universitas Sumatera Utara
4. Ibu Dra. Marhaini, MS, selaku Dosen Wali dan Pembimbing Akademik
5. Ibu Frida Ramadini, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Dra. Friska Sipayung, MSi, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan kritik kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini

7. Ibu Magdalena LL Sibarani, SE, MSi, selaku Dosen Penguji II yang juga telah membantu memberikan saran dan kritik kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini
8. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi USU yang telah mendidik dan membantu penulis selama masa perkuliahan
9. Terkhusus buat orangtua yang penulis cintai (J. Sitanggung dan M.br Pasaribu) serta abang dan kedua adik (Polmatua Andreas Sitanggung, Yessi Gasela Sitanggung dan Oky Christian Sitanggung) atas kasih sayang, doa, kecukupan kebutuhan, kepercayaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini walaupun tidak tepat waktu. Terkhusus buat Ayah yang ingin memajang foto kelulusan penulis di rumah
10. Kakak Feronika Sirait, SSi dan keluarga, Franciscus Sirait dan keluarga, Flora dan Jessica buat kebaikan, kasih sayang, bantuan, perhatian dan ketulusan yang penulis rasakan setiap hari
11. Survivor Community dan Paduan Suara Consolatio yang selalu bertanya kapan penulis akan menyelesaikan kuliah yang membuat 'gerah'. Terima kasih, juga buat doa dan bantuannya
12. Teman-teman Manajemen Universitas Sumatera Utara

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lainnya. Tuhan Memberkati!

Medan, Februari 2010
Penulis,

Shelvi A. Sitanggung

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah Penelitian	6
C. Kerangka Konseptual	6
D. Hipotesis	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Metode Penelitian	10
1. Batasan Operasional	10
2. Defenisi Operasional Variabel	11
3. Skala Pengukuran Variabel	12
4. Tempat dan Waktu Penelitian	13
5. Populasi dan Sampel	13
6. Jenis dan Sumber Data	15
7. Teknik Pengumpulan Data	15
8. Uji Validitas dan Reliabilitas	15
9. Metode Analisis Data	16
BAB II URAIAN TEORITIS	19
A. Peneliti Terdahulu	19
B. Pemasaran	21
C. Pemasaran Jasa	21
D. Bauran Pemasaran Jasa	26
E. Atribut Produk	29
F. Merek (Brands) dan Loyalitas Merek (Brand Loyalty)	31
G. Perilaku Konsumen Jasa	34
H. Perpindahan Merek	35
I. Pengambilan Keputusan	37
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	39
A. Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Seluler Indonesia, Tbk	39
B. Visi dan Misi Perusahaan	40
C. Arti Logo PT. Telkomsel, Tbk	40
D. Struktur Organisasi Manajemen	41
E. Budaya Perusahaan	42
F. Pangsa Pasar Operator Seluler di Indonesia	43
G. Produk dan Tarif Produk Telkomsel	44
1. Kartu HALO	44
2. Kartu simPATI	45

3. Kartu AS	46
H. Prestasi PT. Telkomsel, Tbk	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
A. Uji Validitas	49
1. Uji Validitas variabel-variabel yang mempengaruhi perpindahan konsumen kartu pra bayar telepon seluler pada kolom pendapat responden yang saat ini memakai kartu pra bayar telepon seluler Telkomsel (misalnya simPATI dan kartu AS)	50
2. Uji Validitas variabel-variabel yang mempengaruhi perpindahan konsumen kartu pra bayar telepon seluler pada kolom pendapat responden yang sebelumnya menggunakan kartu pra bayar telepon seluler selain Telkomsel yang berpindah dan saat ini menggunakan kartu pra bayar Telkomsel (misalnya simPATI dan kartu AS)	52
B. Uji Reliabilitas	54
C. Analisa Deskriptif	58
1. Deskriptif Responden	58
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Fakultas Sastra	58
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Kiriman per Bulan	60
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Provider Lain Sebelum Menggunakan Telkomsel	61
2. Deskriptif terhadap Variabel Penelitian	62
a. Persepsi Konsumen terhadap Operator Seluler Kartu Pra Bayar Telkomsel	63
b. Persepsi Konsumen terhadap Operator Seluler Kartu Pra Bayar selain Telkomsel	63
3. Distribusi Jawaban Responden	64
a. Distribusi Jawaban Responden tentang Variabel-Variabel Persepsi Responden pada Kolom Pendapat Responden yang saat ini Menggunakan Kartu Pra Bayar Telkomsel	64
b. Distribusi Jawaban Responden tentang Variabel-Variabel Persepsi Responden pada Kolom Pendapat Responden yang sebelumnya Menggunakan Kartu Pra Bayar selain Telkomsel	66
D. Analisa Kuantitatif	67
1. Perhitungan dengan <i>Microsoft Excel</i>	68
2. Penghitungan dengan Uji Bertanda Wilcoxon	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

**LAMPIRAN
KUESIONER**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	7
Gambar 2.1 Selayang Pandang Proses Pembelian	38
Gambar 3.1 Logo Telkomsel	40
Gambar 3.2 GSM <i>Market Share</i> Februari 2009	43
Gambar 3.3 <i>Market Share All Operator</i> Februari 2009	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja Produk Personal 2008 Kategori <i>Sim Card</i> GSM Pra Bayar	5
Tabel 1.2 Batasan Operasional Indikator Variabel	12
Tabel 1.3 Instrumen Skala Likert	13
Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Barang dan Jasa	26
Tabel 3.1 Tarif Paket HALO	45
Tabel 3.2 Tarif simPATI	45
Tabel 3.3 Tarif kartu AS	46
Tabel 4.1 Validitas Instrumen	51
Tabel 4.2 Validitas Instrumen2	54
Tabel 4.3 Reliabilitas Instrumen	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Fakultas Sastra ..	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Kiriman per bulan	60
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Provider Lain Sebelum Menggunakan Telkomsel	61
Tabel 4.9 Deskriptif Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kualitas Jasa pada Operator Seluler Kartu Pra Bayar Telkomsel	63
Tabel 4.10 Deskriptif Penilaian Konsumen terhadap Atribut Kualitas Jasa pada Operator Seluler Kartu Pra Bayar Selain Telkomsel	64
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden tentang Variabel-Variabel Persepsi Responden pada Kolom Pendapat Responden yang saat ini Menggunakan Kartu Pra Bayar Telkomsel	65
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden tentang Variabel-Variabel Persepsi Responden pada Kolom Pendapat Responden yang sebelumnya Menggunakan Kartu Pra Bayar selain Telkomsel	66
Tabel 4.13 Hasil Pengujian dengan perhitungan <i>Microsoft Excel</i>	69
Tabel 4.14 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel X1	71
Tabel 4.15 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel X2	71
Tabel 4.16 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel X3	72
Tabel 4.17 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel X4	72
Tabel 4.18 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel X5	72
Tabel 4.19 Hasil Pengujian dengan perhitungan Uji Bertanda Wilcoxon	73