



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN KARTU PRABAYAR AXIS

Affecting factors in customer decision buying AXIS prepaid card

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

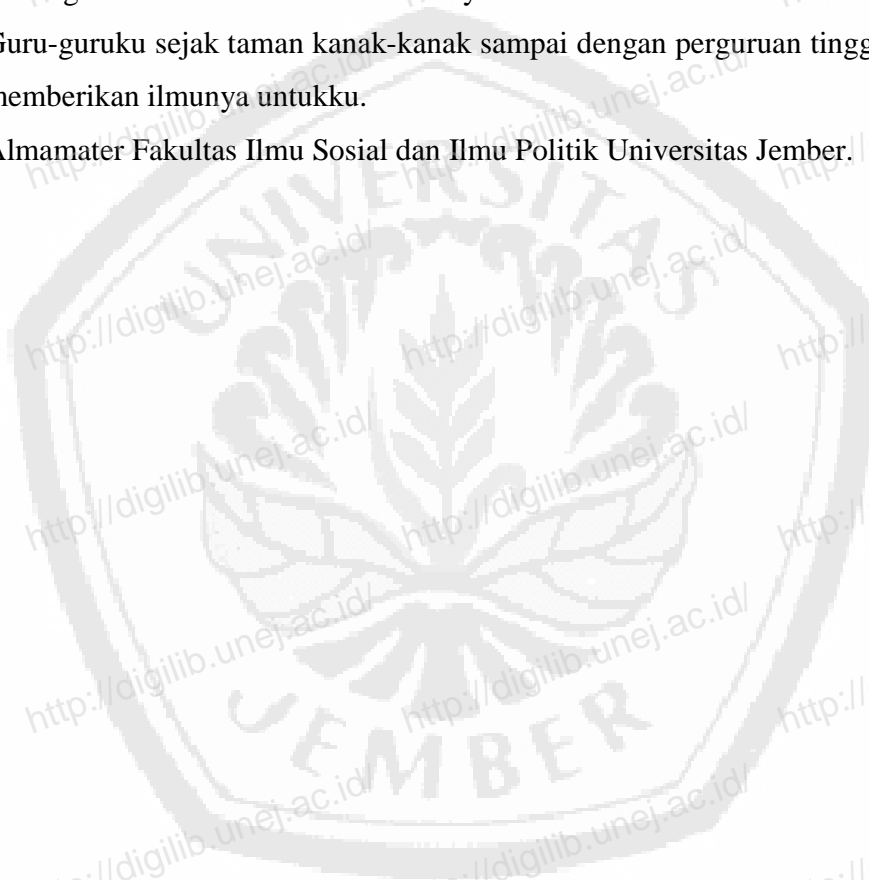
Ria Haryastuti
NIM: 090910202105

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda tercinta Hj. Anis Widyastuti dan Ayahanda H. Drs. Joko Harsoyo yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan semangat untuk saya.
2. Suami tercinta Wijaya Ampella Nugraha, S.H yang telah menjadi motivator, semangat serta memberi do'a untuk saya.
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan ilmunya untukku.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh produsennya melainkan oleh pelanggannya.



Kotler, Philip dan Susanto A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: salemba Empat

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Haryastuti

Nim : 090910202105

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli kartu prabayar AXIS” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Juni 2012

Yang menyatakan,

Ria Haryastuti
NIM.090910202105

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELANGGAN
DALAM PEMBELIAN KARTU PRABAYAR AXIS**

Affecting factors in customer decision buying AXIS prepaid card

SKRIPSI

Oleh

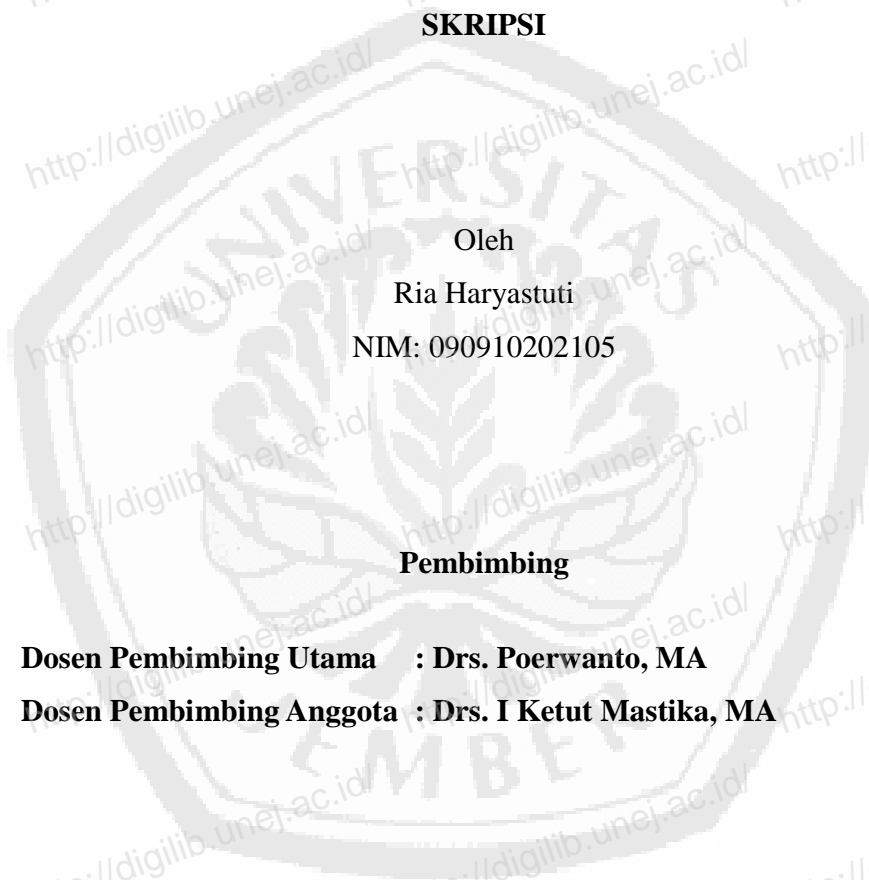
Ria Haryastuti

NIM: 090910202105

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, MA

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. I Ketut Mastika, MA



PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian kartu prabayar AXIS* telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Kamis, 27 Juni 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
NIP. 19750825 200212 1 003

Drs. Poerwanto, MA
NIP. 19490715 198403 1 002

Anggota:

1) Yuslinda Dwi Handini, S.Sos
NIP. 19790919 200812 2 001

()

2) Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202198403 1 004

()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

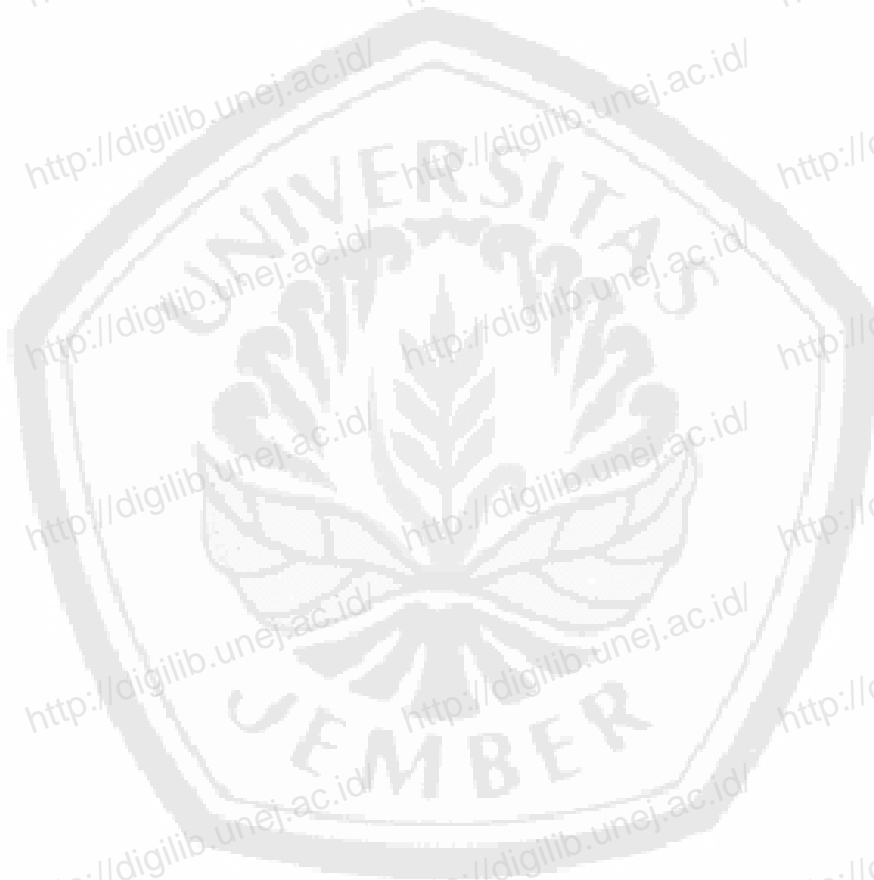
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian kartu Prabayar AXIS; Ria Haryastuti, 090910202105; 2012; 62 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Alat telekomunikasi "*handphone*" saat ini memegang peranan penting pada setiap lini kehidupan. Perkembangan bisnis kartu seluler akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk kartu seluler yang ditawarkan oleh perusahaan kartu seluler seiring dengan pengembangan produk *handphone* yang semakin canggih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian kartu Prabayar AXIS di AXIS SHOP JEMBER. Penelitian dilakukan di AXIS SHOP Jember. Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah Faktor-faktor apa saja yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan dalam Pembelian Kartu Prabayar AXIS. Pendekatan penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah di uraikan sebelumnya, bahwa AXIS merupakan salah satu penyedia layanan jaringan seluler yang melakukan inovasi agar dapat memenuhi permintaan konsumen ataupun pelanggan terhadap kebutuhan komunikasi yang semakin meningkat. Untuk dapat mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen terlebih dahulu menganalisis indikator-indikator variabel yang terdapat pada faktor Sosial, Pribadi dan psikologi terhadap keputusan pelanggan dalam membeli produk AXIS. Indikator faktor sosialnya yaitu mengikuti teman atau lingkungan, pengalaman orang lain, ajakan teman. Indikator faktor pribadi yaitu harga murah, banyak manfaat, layanan yang baik. Indikator faktor psikologi yaitu karena kebutuhan, kemudahan dalam mendapatkannya dan merk terkenal. Dengan adanya indikator-indikator dalam faktor-faktor tersebut bahwa variabel faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi tidak berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan membeli kartu prabayar AXIS. Dari hasil regresi linier berganda secara simultan dan parsial bahwa faktor-faktor keputusan seseorang untuk membeli kartu seluler prabayar AXIS yang meliputi faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli kartu prabayar AXIS.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian kartu prabayar AXIS”. Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan demi terselesainya penulisan skripsi ini;
4. Drs. I Ketut Mastika, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan demi terselesainya penulisan skripsi ini;
5. Drs. Suhartono, MP selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
6. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
7. Mas MF. Arioseto selaku SPV AXIS SHOP Jember, Bapak Radityo Kurniawan selaku SPV AXIS SHOP TP2 Surabaya yang telah membantu memberi informasi tentang AXIS kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.

8. Kedua Orang tuaku tercinta Hj. Anis Widayastuti dan H. Drs. Joko Harsoyo terima kasih atas kasih sayang yang tak terhingga atas dukungan do'a dan motivasi untuk penulis.
9. Kedua Mertuaku tercinta Hj. Ni Wayan Winati dan H. Sutikno terima kasih atas do'a restu dan semangat untuk penulis.
10. Suamiku tercinta Wijaya Ampella Nugraha, S.H terima kasih telah memberi kesempatan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dan sebagai motivator dalam terselesainya penulisan skripsi ini.
11. Adik-adikku tersayang Hendri C.W, Farida Nisrina, Kharis Hermawan, Vindi, dan Inof terima kasih atas keceriaan, dukungan dan do'a kalian karena kalian semua penulis dapat motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Customer Service Axis Shop Mas Wempi, Rinda, Mbak Lia, Oki, Putra, Fatkhur dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih sudah memberi kesempatan, semangat dan do'a untuk skripsi ini tanpa pengertian kalian semua skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan hingga hari ini.
13. Teman-teman seperjuanganku Adminitrasi Bisnis Anita, Koko, Finda dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah menemani hari-hariku dalam hal kuliah maupun terselesainya penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dan bimbingan, semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan Laporan Akhir ini.

Besar harapan penulis semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 13 Juni 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Pengertian Produk	9
2.1.4 Atribut Produk	9
2.1.5 Perilaku Konsumen	10
2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11

2.1.7 Keputusan Membeli	16
2.1.8 Segmen Pasar	18

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN..... 19

3.1 Metode Penelitian..... 19

3.2 Jenis Penelitian..... 19

3.3 Identifikasi Variabel..... 20

3.4 Definisi Operasional Variabel..... 20

3.3.1 Faktor Sosial (X1)..... 20

3.3.2 Faktor Pribadi (X2)..... 21

3.3.3 Faktor Pribadi (X3)..... 21

3.3.4 Keputusan Membeli (Y)..... 21

3.5 Teknik Pengukuran..... 21

3.6 Hipotesis..... 22

3.7 Pengujian Hipotesis..... 23

3.7.1 Uji F (Bersama)..... 23

3.7.2 Uji t (uji parsial)..... 23

3.7.3 Uji variabel dominan..... 24

3.8 Tahap persiapan..... 24

3.8.1 Penentuan lokasi penelitian..... 24

3.8.2 Observasi awal..... 25

3.8.3 Studi kepustakaan..... 25

3.8.4 Penentuan populasi dan sampel..... 25

3.9 Tahap pengumpulan data..... 26

3.10 Uji Instrumen Penelitian..... 27

3.10.1 Uji validitas..... 27

3.10.2 Uji realibilitas..... 27

3.11 Kerangka konseptual	28
3.12 Tahap Analisis data.....	29
3.12.1 Uji asumsi klasik	30
3.12.2 Analisis regresi berganda	32
3.12 Tahap Penarikan kesimpulan	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan AXIS	33
4.1.2 Sejarah AXIS Indonesia	33
4.2 Produk-Produk AXIS	35
4.3 Hasil Analisis	38
4.3.1 Karakteristik umum responden	38
4.3.2 Deskripsi variabel.....	43
4.3.3 Uji validitas dan realibilitas instrumen	52
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.5 Uji Normalitas.....	58
4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.3.7 Koefesien determinasi berganda	60
4.3.8 Uji t (uji parsial).....	61
4.3.9 Uji F	62
BAB 5. PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64

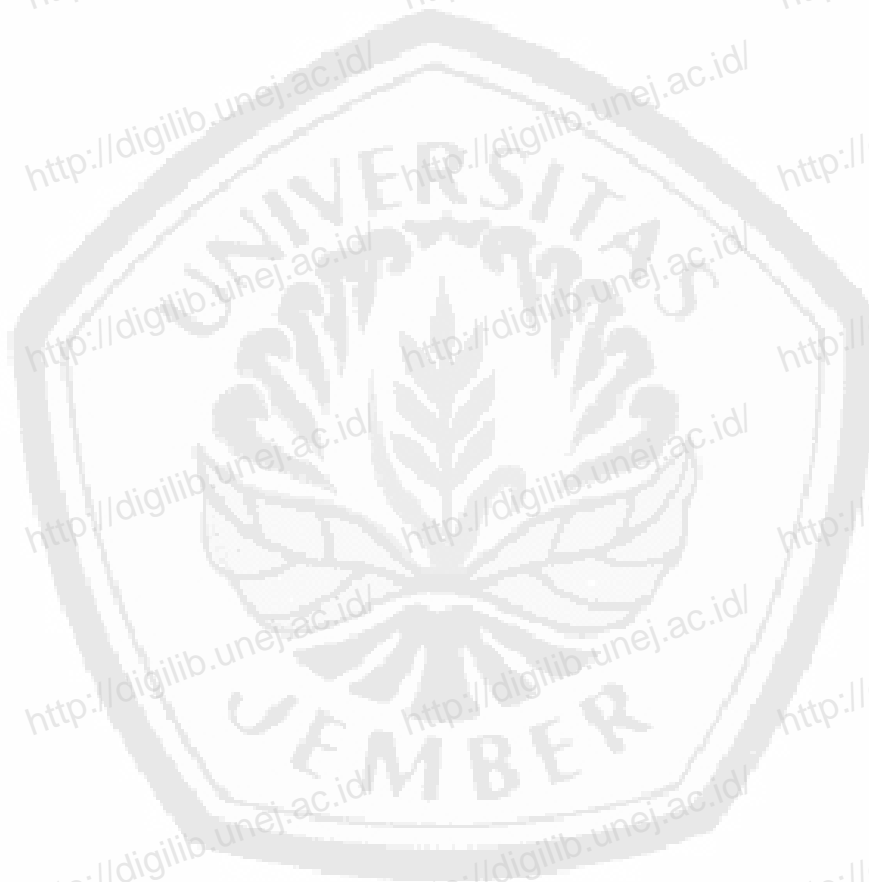
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data angka yang telah dicapai oleh AXIS sampai tahun 2011	4
4.1 Jenis kelamin responden	39
4.2 Distribusi responden berdasarkan usia.....	40
4.3 Distribusi responden berdasarkan jenis produk	41
4.4 Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan	41
4.5 Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	42
4.6 Distribusi responden berdasarkan besar penghasilan.....	43
4.7 Tanggapan responden terhadap kelompok sosial.....	44
4.8 Tanggapan responden terhadap konsep keluarga.....	45
4.9 Tanggapan responden terhadap peran teman	45
4.10 Tanggapan responden situasi ekonomi.....	46
4.11 Tanggapan responden terhadap gaya hidup.....	47
4.12 Tanggapan responden terhadap kepribadian	48
4.13 Tanggapan responden terhadap motivasi akan produk AXIS	49
4.14 Tanggapan responden terhadap persepsi produk kartu prabayar AXIS	50
4.15 Tanggapan responden terhadap keyakinan.....	50
4.16 Tanggapan responden terhadap merekomendasikan ke orang lain.....	51
4.17 Tanggapan responden terhadap situasi pelanggan menghadapi kondisi adanya pesaing operator lain	52
4.18 Hasil pengujian validitas variabel factor sosial (X_1).....	53
4.19 Hasil pengujian validitas variabel factor pribadi (X_2).....	53
4.20 Hasil pengujian validitas variabel factor psikologi (X_3).....	54
4.21 Hasil pengujian validitas variabel keputusan membeli (Y)	54
4.22 Rekapitulasi hasil uji realibilitas	55
4.23 Uji Multikolinieritas.....	56

4.24 Model analisis linier berganda	60
4.25 Koefesien determinasi berganda	61
4.26 Rekapitulasi Hasil Analisis Uji t	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Model analisis.....	28
4.1 Uji Heterokedastisitas	56

