



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN  
UNTUK MEMUTUSKAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN  
(Studi Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)**

*Analysis Marketing Of The Factors That Influence Consumers To Purchase  
Modems SmartFren  
(studies in Urban District Jember)*

**SKRIPSI**

Oleh :

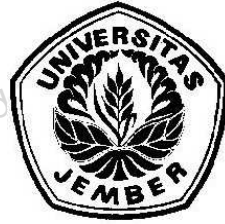
NURHADI MULYONO

NIM. 07081029I046

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2013**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN  
UNTUK MEMUTUSKAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN  
(Studi Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)**

*Analysis Marketing Of The Factors That Influence Consumers To Purchase  
Modems SmartFren  
(studies in Urban District Jember)*

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**NURHADI MULYONO**

**NIM 07081029I046**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Nurhadi Mulyono  
Nim : 070810291046  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konsumen Untuk  
Memutuskan Pembelian Modem Smartfren ( Studi Di Wilayah  
Perkotaan Kabupaten Jember )

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar asli karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan subansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 29 April 2013

Yang menyatakan,

Materai

Nurhadi Mulyono

NIM : 070810291046

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konsumen  
Untuk Memutuskan Pembelian Modem Smartfren ( Studi  
Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember )

Nama Mahasiwa : Nurhadi Mulyono

NIM : 070810291046

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 6 Mei 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si

NIP. 19610317 198802 1 001

NIP. 19731109 200003 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN UNTUK MEMUTUSKAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN ( STUDI DI WILAYAH PERKOTAAN KABUPATEN JEMBER )

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nama Mahasiswa : Nurhadi Mulyono**

**NIM : 070810291046**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia pengujian pada tanggal :

16 Mei 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : (.....)**

**NIP. 19730908 200003 2 001**

**Sekretaris : Dr. Bambang Irawan M.Si : (.....)**

**NIP. 19610317 198802 1 001**

**Anggota : H.N. Ari Subagio, SE, M.Si : (.....)**

**NIP. 19731109 200003 1 002**

Mengetahui

Pas Foto
4x6
Sesuai Ijazah

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

**Dr. Moehammad Fathorrazi, MSi**

**NIP. 19630614 199002 1 001**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta “ Alm.H.Kusnan dan Hj. Siti Khotijah ”, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Saudaraku “ Nursodik ”, terimakasih dukungannya.
3. Teman-temanku kontrakan Indra dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ.
4. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.



## MOTTO

*“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga”*

( HR. Muslim )

*“Pintu kesempatan tidak terbuka begitu saja. Pintu itu hanya menjadi tidak terkunci. Soal membukanya atau tidak, adalah keputusan anda”*

( Mario Teguh )



## RINGKASAN

**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Untuk Memutuskan Pembelian Modem Smartfren (Studi Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember); Nurhadi Mulyono, 07081029i046; 2013; 67 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.**

Penelitian ini berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Untuk Memutuskan Pembelian Modem Smartfren (Studi Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)**”. Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian modem Smartfren. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen orang yang memutuskan pembelian modem Smartfren dan pengguna modem Smartfren di kota Jember.

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 15 variabel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Analisis ini digunakan untuk memfaktorkan variabel tersebut menjadi faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian modem Smartfren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 15 variabel terbentuk empat faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian modem SmartFren. Adapun faktor-faktor tersebut sebagai berikut faktor Individual, terdiri dari variabel kualitas produk, kebutuhan, teman dan pendapatan, faktor referensi dan kelompok acuan, terdiri dari iklan televisi, *word of mouth*, hoby dan pendidikan, faktor keunggulan, terdiri dari variabel design, luas saluran distribusi, *prestise* dan keluarga, dan faktor daya tarik, terdiri dari variabel harga, iklan koran dan *physical evidence*

**Kata kunci** : individual, referensi, keunggulan, daya tarik



## SUMMARY

**Analysis Marketing Of The Factors That Influence Consumers To Purchase Modems SmartFren (studies in Urban District Jember);** Nurhadi Mulyono; 070810291046; 2013; 79 Pages; Department of Management Faculty of Economics University of Jember.

This study entitled “Analysis of Factors Affecting Consumer Purchase To Decide Smartfren Modem (Studies In Urban Areas Jember). This study was aimed to determine and analyze analyzes the factors that influence consumers to decide Smartfren modem purchase. Population in this research is the consumer who decides the purchase Smartfren modem and modem users Smartfren in Jember city.

The sampling menthod used was purposive sampling whit the number of respondents is 150 people. Variables used as many as 15 variables. The analytical method used was a factor analysis. This analysis is used to factor these variables into the factor that influence consumers to decide Smartfren modem purchase. The result showed that of the 15 variables formed four factor that consumers consider in making purchasing decisions Smartfren modem. The factor are as follows individual factor, consisting of the variable quality of the product, needs, friends and revenues, the reference factor and the reference group, consisting of television advertising, word of mouth, hobby and education, excellence factor, consisting of design variables, broad distribution channels, prestige and family, and the attractiveness factors, consisting of variable pricing, newspaper advertisements and physical evidence.

**Keywords:** individual, reference, excellence, appeal.

## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku Ketua Tim Penguji.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teristimewa Bapakku dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
7. Teman-teman kontrakan Indra dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2008 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

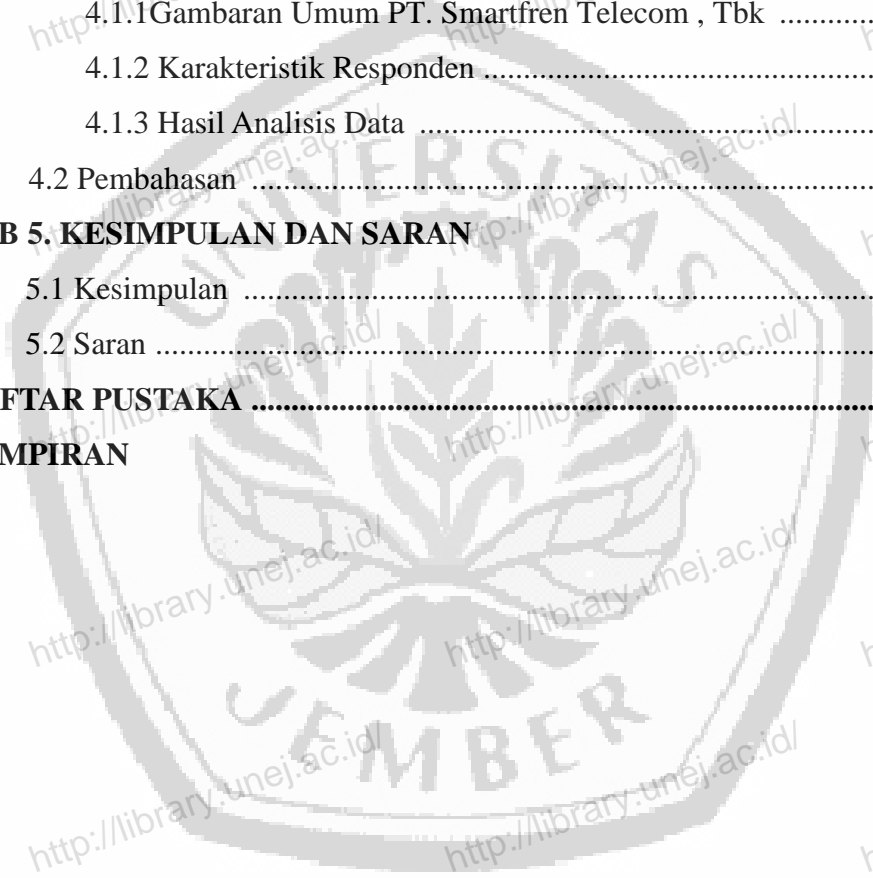
Jember, 10 Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI ... ..</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	7
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	23
3.2 Populasi dan Sampel .....	23
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.4 Identifikasi Variabel .....	24
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.6 Teknik Pengukuran Data .....	26
3.7 Metode Analisis Data .....	27
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	29
<b>BAB 4. HASIL DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum PT. Smartfren Telecom , Tbk .....	31
4.1.2 Karakteristik Responden .....	33
4.1.3 Hasil Analisis Data .....	36
4.2 Pembahasan .....	42
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Perkembangan Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia .....	1
1.2 Data Perkembangan Penjualan Modem Smartfren Jika Dibandingkan Dengan Telkomflash Di Jember.....	4
2.1 Peneliti Terdahulu .....	21
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.4 Lama Pemakaian Modem Smartfren .....	36
4.5 KMO and Barlett's Test .....	37
4.6 Hasil Pengujian ( <i>Anti Image Correlations</i> ).....	37
4.7 <i>Total Variance Explaine</i> .....	38
4.8 <i>Component Matrixa</i> .....	40
4.9 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	41