



Marketing Management

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS SUMATERA UTARA FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION PERPUSTAKAAN
DATE	1 - DEC 2006
NO.	2931/EM/Ad.12/2006
REMARKS	Rf 658.8 TAN 06
Signature:	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS SUMATERA UTARA FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION PERPUSTAKAAN
---	--

**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK PADA KARTU PRABAYAR
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

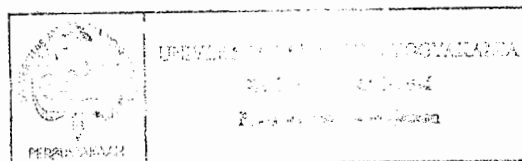
SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Tanti Yuanita
NPM: 01 03 12956**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JUNI, 2006**



SKRIPSI

**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK PADA KARTU PRABAYAR
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

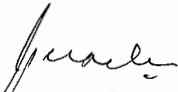
Disusun Oleh :

Tanti Yuanita

NPM: 01 03 12956

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



P. Didit Krisnadewara, Drs., MM

Tanggal, 9 Mei 2006

SKRIPSI

**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK PADA KARTU PRABAYAR
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Tanti Yuanita

NPM: 01 03 12956

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 14 Juni 2006 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

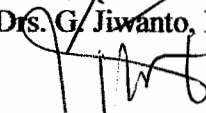
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Anggota Panitia Penguji


Drs. G. Jiwanto, MBA.


Dra. AM. Rosa Widjojo, MBA.

Yogyakarta, 14 Juni 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




R. Maryatmo, Dr., MA

FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul

**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK PADA KARTU PRABAYAR
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Mei 2006

Yang menyatakan



Tanti Yuanita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis hadirkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena hanya dengan rahmat dan perkenaanNya penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perpindahan Merek Kartu Prabayar di Kalangan Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dari awal sampai akhir penulisan ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah dengan tulus berkenan meluangkan waktu untuk membantu, membimbing dan mendukung penulis baik teknis maupun moril maka, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menghaturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak P. Didit Krisnadewara, Drs., MM., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan memberi ilmu dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama dibangku kuliah dan bersedia meluangkan waktu membimbing penulis.
3. Mama, ik Wawan, Iva, Gu-cho serta keluarga besar yang selalu memberi dukungan, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Teman kos Purisari 10 yang baik: Reni, Viona, Ijuk Maria, Sugenk, Erika, Didik dan Yulius makasih buat hari-hari yang indah dan setiap semangat yang telah dicurahkan teman-teman.
5. Teman-teman KKN Polosiyo: Elen Salu, ci Sara, Andreas babon , Papi Wawan, om Angga.

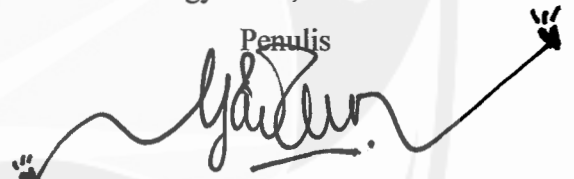
6. Teman-teman dolan Albert, Kukun, Andi, Aron, Okvi, Thomas, Ci Ira, ko Deni, Ci Fefe, ko Ari, Ci mely, Aviani bawuk, Ban-theng, Tiani, Maria dan Mak Lampir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Seperti kata pepatah "Tiada Gading Yang Tak Retak" maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 9 Mei 2006

Penulis



Tanti Yuanita

Bukan kecerdasan saja yang membawa sukses, tapi juga hasrat untuk sukses, komitmen untuk bekerja keras, dan keberanian untuk percaya akan dirimu sendiri.

(Jamie Winship)

Jangan mengharapkan apa-apa selain menjadi dirimu sendiri dan cobalah menjadi dirimu yang sempurna.

(Santo Francis DeSalas)

Tempat untuk berbahagia itu disini. Waktu untuk berbahagia itu kini. Cara untuk berbahagia ialah dengan membuat orang lain berbahagia.

(Robert G. Ingersoll)

Setiap sahabat sejati merupakan cerminan Allah

(Lucy Larcom)

Hidup ini dibangun oleh kebahagiaan-kebahagiaan kecil. Kebahagiaan dibangun oleh kesuksesan-kesuksesan kecil –kesuksesan besar jarang sekali datang. Jika kau tidak memiliki kesuksesan-kesuksesan kecil itu, maka kesuksesan yang besar tidak akan berarti

(Norman Lear)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Diagram.....	xiii
Intisari.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1.Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3.Batasan Masalah.....	3
I.4. Tujuan Penelitian.....	4
I.5. Manfaat penelitian.....	4
I.6. Hipotesis Penelitian.....	5
I.7. Metodologi Penelitian.....	5
I.7.1. Metode Pengambilan Sampel.....	5
I.7.2. Metode Pengumpulan Data.....	5
I.7.3. Teknik Pengumpulan Data.....	6
I.7.4.Teknik Pengujian Instrumen.....	7
I.7.5. Metode Analisis Data.....	8
I.8. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II LANDASAN TEORI

II.1. Telekomunikasi.....	13
II.1.1. Telepon Seluler	13
II.1.2. Teknologi <i>Wireless</i>	17
II.1.2.1. GSM	17
II.1.2.2. WAB	18
II.1.2.3. MMS	18
II.1.2.4. GPRS	18
II.1.2.5. EDGE	18
II.2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	19
II.2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
II.2.1.1. Faktor Kebudayaan.....	20
II.2.1.2. Faktor Sosial.....	21
II.2.1.3. Faktor Pribadi.....	22
II.2.1.4. Faktor Psikologis.....	24
II.2.2. Proses Perilaku Pembelian.....	26
II.3. Merek.....	28
II.3.1. Peranan dan Kegunaan Merek.....	28
II.3.2. Ekuitas Merek.....	29
II.3.3. Loyalitas Merek.....	30
II.3.3.1. Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	31
II.3.3.2. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	32
II.3.4. <i>Brand Switching</i> (Perpindahan Merek).....	33
II.3.5. Tipe Perilaku <i>Brand Switching</i>	34
II.3.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Profil Perusahaan	40
III.1.1. PT Telkomsel.....	40

III.1.2.PT Excelcomindo Pratama.....	41
III.1.3.PT Indosat Multi Media Mobile.....	43
III.2.Metodologi Penelitian	44
III.2.1.Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
III.2.2.Metode Pengambilan Sampel.....	44
III.2.3.Data yang Diperlukan.....	44
III.2.4.Metode Pengumpulan Data.....	44
III.2.5.Teknik Pengumpulan Data.....	45
III.2.6.Metode Analisis Data.....	46
III.2.6.1.Metode Aritmatic Mean	46
III.2.6.2.Independent Sample T-test	46
III.2.6.3.Analisis Varian.....	47
BAB IV ANALISIS DATA	
IV.1. Penjelasan Penelitian.....	49
IV.2.Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	49
IV.2.1.Uji Validitas.....	49
IV.2.2.Uji Reliabilitas.....	51
IV.1.3.Analisis Data Responden.....	52
IV.3.Metode <i>Aritmatic Mean</i>	56
IV.4. <i>Independent Sample T-test</i>	62
IV.5.Analisis Varians	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1.Kesimpulan.....	67
V.2.Keterbatasan.....	69
V.3.Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

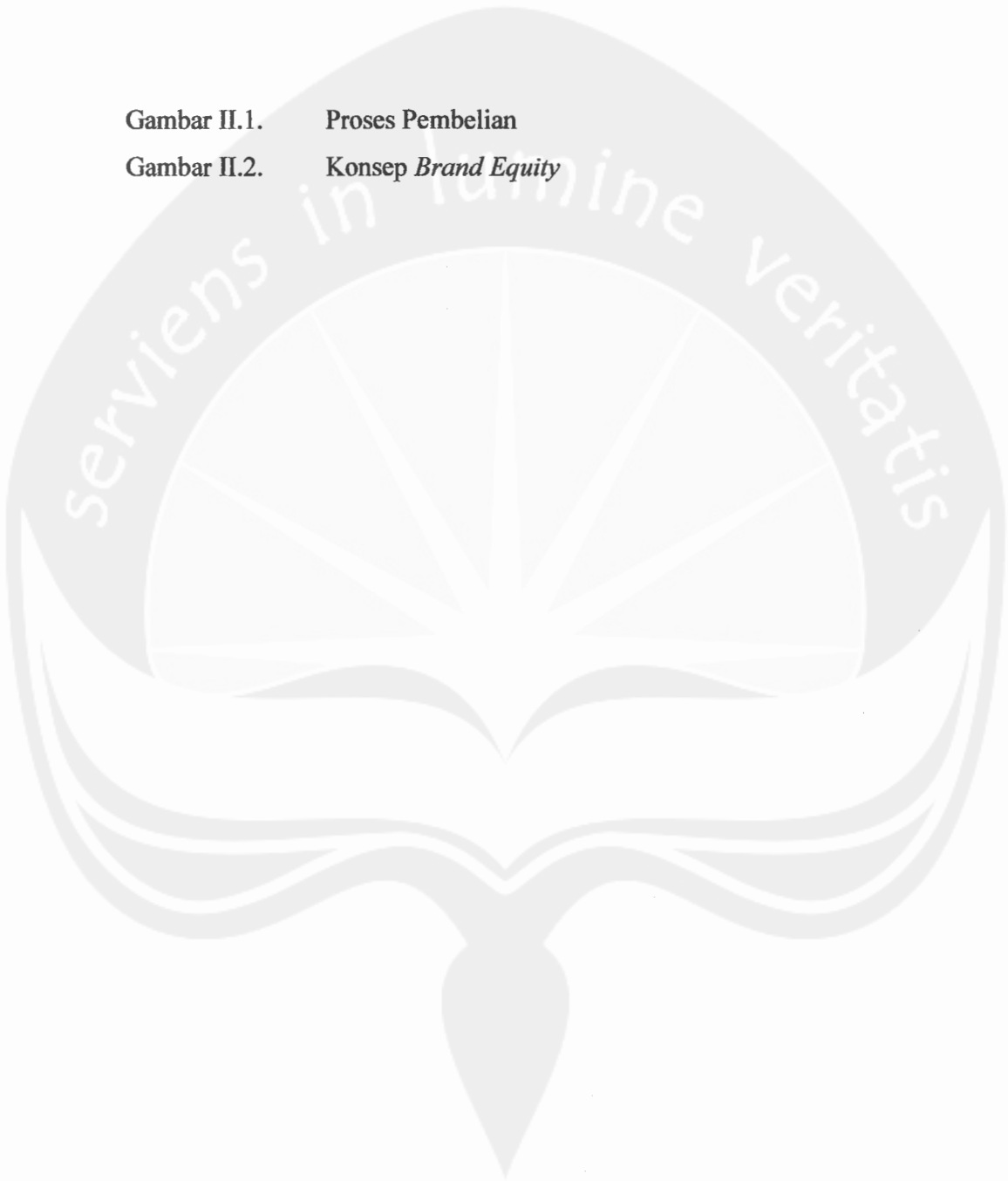
DAFTAR TABEL

Tabel IV.1.	Validitas
Tabel IV.2.	Reliabilitas
Tabel IV.3.	Perpindahan Merek Kartu Prabayar
Tabel IV.4.	Rata-Rata Atribut-Atribut Yang Menyebabkan Konsumen Untuk Berpindah Merek Kartu Prabayar
Tabel IV.5.	Perilaku Konsumen Berpindah Merek Terhadap Atribut Kartu Prabayar Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel IV.6.	Perilaku Konsumen Berpindah Merek Terhadap Atribut Kartu Prabayar Berdasarkan Tingkat Pengeluaran

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Proses Pembelian

Gambar II.2. Konsep *Brand Equity*



DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.1. Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram IV.2. Demografi Berdasarkan Tingkat Pengeluaran



**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK PADA KARTU PRABAYAR
DI KALANGAN MAHASISWA: STUDI KASUS MAHASISWA
ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Tanti Yuanita

NPM: 01 03 12956

Pembimbing Utama

P. Didit Krisnadewara, Drs., MM

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Apakah diantara fitur, area (zona), kartu perdana, pulsa, tarif, customer service, voucher isi ulang, infra struktur jaringan dan promo program yang paling penting menyebabkan konsumen dalam berpindah merek. (2) Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara jenis kelamin dan tingkat pendapatan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam perilaku berpindah merek. Metode penelitian yang dipergunakan dalam riset ini adalah: (1) survai lapangan dan wawancara. (2) studi kepustakaan/ buku-buku literatur. (3) kuesioner yang digunakan untuk memperoleh pendapat konsumen mengenai atribut-atribut kartu GSM Prabayar.

Brand switching adalah suatu pola pembelian yang dicirikan dengan adanya perubahan merek pada pembelian saat ini dengan pembelian berikutnya. *Brand switching* biasa terjadi pada produk atau jasa yang memiliki keterlibatan produk yang rendah, loyalitas merek yang rendah, pilihan merek yang banyak dan mudah dipengaruhi oleh atribut-atribut kartu Prabayar, yang terdiri dari fitur, area (zona), kartu perdana, pulsa, tarif, *customer service*, voucher isi ulang, infra struktur jaringan dan promo program.

Berdasarkan analisis perbedaan perilaku konsumen terhadap atribut-atribut kartu Prabayar menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumen untuk berganti merek kartu Prabayar, berdasarkan karakteristik jenis kelamin dan jumlah pengeluaran per bulan terhadap mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Atribut yang paling mempengaruhi dalam keputusan perpindahan merek (*brand switching*) adalah atribut tarif, atribut pulsa dan atribut infra struktur jaringan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendapatan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh operator seluler untuk mengevaluasi sejauh mana atribut-atribut kartu prabayar dapat menyebabkan konsumen dalam perilaku berpindah merek, serta digunakan untuk mengambil kebijakan dalam peningkatan kualitas dari atribut-atribut kartu prabayar, yang akan diterapkan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: atribut fitur, area (zona), kartu perdana, pulsa, tarif, *customer service*, voucher isi ulang, infra struktur jaringan dan promo program. Kartu GSM prabayar, *Brand Swiching*.

