

ABSTRAK

Hendra Lemanto
Melyana Syamsul

Skripsi

Analisa Pergeseran Pemakaian Operator GSM ke CDMA di Surabaya

Dengan semakin seriusnya para penyedia jasa CDMA maka konsumen akan semakin dimanjakan dengan beraneka ragam pilihan baik operator maupun Hardware yang ditawarkan di pasaran, dan hal itu memunculkan pertanyaan apakah konsumen GSM akan segera beralih CDMA. Penelitian ini diarahkan untuk mampu mengkaji secara mendalam mengenai tingkat pergeseran pengguna telepon seluler dari GSM ke CDMA. Selain itu, penelitian ini juga disusun untuk mampu mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong konsumen untuk tertarik menggunakan telepon yang berbasis CDMA. Perlombaan keunggulan dari provider GSM dan CDMA ini akhirnya memunculkan fenomena pengalihan atau perangkapan penggunaan kartu provider. Kondisi ini tentunya mengundang pertanyaan mengenai pergeseran loyalitas pemakai provider berbasis GSM ke penggunaan kartu provider berbasis CDMA.

Dengan adanya kartu *provider* berbasis CDMA, menyebabkan terjadinya penurunan loyalitas dari pengguna kartu *provider* berbasis GSM adalah 18,06%. Berdasarkan latar belakang konsumen yang melakukan perpindahan dari kartu *provider* berbasis GSM ke kartu *provider* berbasis CDMA, kemungkinan alasan terbesar perpindahan ini adalah perbedaan harga dimana harga meliputi harga kartu perdana, tarif panggilan, tarif SMS, dan program tarif panggilan murah. Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan dari kartu *provider* GSM ke CDMA berdasarkan pada analisis faktor adalah delapan kelompok faktor (delapan variabel) diberi nama yang sesuai dengan karakteristik tiap faktor yang terkelompok menjadi satu. Adapun kedelapan kelompok faktor (delapan variabel) ini adalah variabel harga, variabel kelancaran akses komunikasi, variabel terbebas dari *trouble*, variabel layanan pesaing, variabel kelancaran akses komunikasi *provider*, variabel kelancaran akses komunikasi dari pesaing, dan variabel layanan operator dan harga layanan *provider* pesaing.

Kata kunci:

Pergeseran loyalitas, GSM., CDMA

ABSTRACT

Hendra Lemanto

Melyana Syamsul

Minithesis

Analyse The Friction of Usage of Operator GSM to CDMA in Surabaya

Progressively as serious as all of service CDMA of hence consumer will is progressively pampered by multifarious of good choice manner of operator and also Hardware which on the market in marketing, and that thing peep out the question of whether consumer GSM will immediately change over the CDMA. This Research is instructed to can to study exhaustively regarding the storey; level of consumer friction phone the seluler from GSM to CDMA. Besides, this research is also made arrangements for can identify various factor pushing consumer to be interested to use the telephone being based on CDMA. Excellence Race from this provider GSM and CDMA finally peep out the phenomenon of transfer or geminating of usage of card provider. This condition it is of course invite the question of concerning friction of loyalty of user of provider base on the GSM to usage of card provider base on CDMA.

With the existence of card provider base on the CDMA, causing the happening of degradation loyalty from consumer of card provider base on the GSM is 18,06%. Pursuant to consumer background conducting transfer from card provider base on the GSM to card provider base on the CDMA, biggest reason possibility of this transfer is price difference of where price cover the maiden card price, call tariff, tariff SMS, and cheap call tariff program. Factors influencing transfer from card of provider GSM to CDMA of pursuant to at factor analysis is eight factor group (eight variable) called by matching with characteristic of every factor which group become one. As for eight of factor group (eight variable) this is price variable, fluency variable access the communications, variable free from the trouble, variable of competitor service, fluency variable access the communications provider, fluency variable access the communications from competitor, and variable of service of operator and price of service of provider competitor.

Key words: Friction Loyalty, GSM., CDMA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
LEMBAR PENGALIHAN ATAS HAK INTELEKTUAL.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
2. LANDASAN TEORI	4
2.1. Perilaku Konsumen.....	4
2.1.1. Definisi perilaku konsumen	4
2.1.2. Karakteristik Konsumen.....	5
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.1.4. Model Perilaku Konsumen.....	15
2.2. Perilaku <i>Customer Switching</i>	16
2.2.1. <i>Customer Switching</i>	16
2.2.2. <i>Customer retention</i>	20
2.3. Kaitan Antar Konsep	22
2.4. Kerangka Penelitian	23
3. METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Identifikasi Faktor	25

3.3. Jenis dan Sumber Data	26
3.3.1. Jenis Data	26
3.3.2. Sumber Data	27
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Pengukuran Data	27
3.6. Populasi dan Sampel	28
3.7. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	28
3.8. Analisis Data	30
4. ANALISA DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Umum	31
4.1.1. Sejarah Singkat GSM.....	32
4.1.2. Sejarah Singkat CDMA.....	34
4.1.3. Perkembangan Teknologi GSM dan CDMA	35
4.1.3.1. Perkembangan Operator Telekomunikasi Berteknologi GSM	35
4.1.3.2. Strategi Bersaing GSM.....	37
4.1.3.3. Perkembangan Teknologi CDMA.....	38
4.1.3.4. Persaingan Antara GSM dan CDMA.....	39
4.2. Karakteristik Responden	42
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden.....	46
4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian kartu Provider	46
4.3. Validitas dan Reliabilitas Penelitian	47
4.4. Perpindahan Merek GSM.....	47
4.4.1. Perpindahan GSM-CDMA dan CDMA-GSM	47
4.4.2. Karakteristik Konsumen Yang Melakukan Perpindahan.....	48
4.4.3. <i>Brandswitching</i> kartu seluler dengan provider	

GSM-CDMA maupun CDMA-GSM	52
4.4. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas konsumen pada Provider GSM di Surabaya	53
4.5. Analisis Crosstabb.....	57
4.6. Kesimpulan data	64
5. SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR REFERENSI.....	68
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
2.1. Model Perilaku Konsumen.....	16
2.2. Kerangka Berpikir	24

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Data Pelanggan Seluler di Indonesia.....	40
4.2. Kelompok Responden Berdasarkan Umur	43
4.3. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.4. Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.5. Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.6. Kelompok Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.7 Kelompok Responden Berdasarkan Domisili	46
4.8 Kelompok Responden Berdasarkan Penggunaan Provider	47
4.9 Perpindahan GSM-CDMA dan CDMA-GSM	48
4.10. Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Umur	48
4.11 Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.12 Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Pekerjaan	49
4.13 Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.14 Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Pendapatan	51
4.15 Karakteristik Konsumen Yang Berpindah Provider Berdasarkan Domisili	52
4.16 Brandswitching GSM-CDMA, CDMA-GSM	53
4.17 Perbandingan Pangsa Pasar Awal dan Pangsa Pasar Akhir Provider GSM	53
4.18. Kelancaran akses komunikasi dari CDMA (pesaing) bagi Pengguna GSM dan CDMA.....	57
4.19. Harga layanan GSM bagi Pengguna GSM dan CDMA	58
4.20. Kelancaran akses komunikasi GSM bagi Pengguna GSM dan CDMA.....	59
4.21. Kebebasan GSM dari <i>trouble</i> bagi Pengguna GSM dan CDMA	60
4.22. Layanan CDMA bagi Pengguna GSM dan CDMA.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner penelitian.....	69
2. Rekapitulasi data kuesioner.....	74
4. Uji validitas	79
5. Uji reliabilitas	80
6. Analisis Faktor	81
7. Analisis Crosstab.....	87