

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Pokok Masalah | 7 |
| 1.3. Batasan Masalah | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.6. Hipotesa | 10 |
| 1.7. Metode Penelitian | 11 |
| 1.7.1. Variabel yang Diperlukan | 11 |
| 1.7.2. Data yang Diperlukan | 11 |
| 1.7.3. Metode Pengumpulan Data | 13 |
| 1.8. Metode Analisa Data | 14 |
| 1.8.1. Analisa Kualitatif | 14 |

| | |
|--|----|
| 1.8.2. Analisa Kuantitatif | 14 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 16 |
| 2.1. Pemasaran | 16 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran | 16 |
| 2.1.2. Manajemen Pemasaran | 18 |
| 2.1.3. Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Masyarakat | 19 |
| 2.1.4. Atribut-atribut Pemasaran | 22 |
| 2.2. Perilaku Konsumen | 25 |
| 2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen | 26 |
| 2.2.2. Teori-teori Perilaku Konsumen | 27 |
| 2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 31 |
| 2.3.1. Faktor-faktor Ekstern atau Kekuatan Sosial Budaya yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 31 |
| 2.3.2. Faktor-faktor Intern atau Kekuatan Psikologis | 34 |
| 2.4. Ruang Lingkup Pemasaran Jasa | 38 |
| 2.4.1. Perhatian terhadap Pemasaran Jasa | 38 |
| 2.4.2. Karakteristik Jasa | 39 |
| 2.4.3. Macam-macam Jasa | 39 |
| 2.5. Teori Pengambilan Keputusan | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6. Pengaruh Atribut Pemasaran terhadap Motivasi Konsumen pada Keputusan Pemilihan Kartu Selular | 43 |
| BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 45 |
| 3.1. Gambaran Tentang Telkomsel | 45 |
| 3.2. Tarif/Harga SimPATI | 45 |
| 3.3. Bentuk Kartu Selular SimPATI | 46 |
| 3.4. Pelayanan dari SimPATI | 47 |
| 3.5. Fasilitas dari SimPATI | 48 |
| 3.6. Promosi yang Dilakukan SimPATI | 48 |
| BAB IV ANALISA DATA | 50 |
| 4.1. Analisa Kualitatif | 50 |
| 4.1.1. Identitas Reponden | 50 |
| 4.1.2. Atribut Pemasaran yang Mempengaruhi Motivasi dalam Keputusan Pemilihan Kartu Selular SimPATI di Yogyakarta | 55 |
| 4.1.3. Penilaian Konsumen terhadap Atribut Pemasaran yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen dalam Keputusan Pemilihan Kartu Selular SimPATI | 56 |
| 4.1.4. Hubungan antara Atribut-Atribut Pemasaran dengan Motivasi yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Kartu Selular | 62 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 4.2. Analisa Kuantitatif | 78 |
| 4.2.1 Analisa Indeks Sikap | 78 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 88 |
| 5.1. Kesimpulan | 88 |
| 5.2. Saran-saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 91 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 4.1. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Tempat Asal Reponden | 51 |
| Tabel 4.2. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Tingkat Usia | 51 |
| Tabel 4.3. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden | 52 |
| Tabel 4.4. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 53 |
| Tabel 4.5. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Tingkat Penghasilan | 53 |
| Tabel 4.6. Penggolongan Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Berdasarkan Sumber Informasi | 54 |
| Tabel 4.7. Atribut Pemasaran Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen Dalam Keputusan Pemilihan Kartu Selular Simpati di Yogyakarta | 55 |
| Tabel 4.8. Penilaian Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Mengenai Harga Simpati | 56 |
| Tabel 4.9. Penilaian Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Mengenai Alasan Harga Kartu Selular | 56 |
| Tabel 4.10. Penilaian Responden Kartu Selular Simpati di Yogyakarta Mengenai CALIPSO | 57 |
| Tabel 4.11. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai VERONIKA | 58 |
| Tabel 4.12. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai SMILE Short Message Services | 58 |
| Tabel 4.13. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai MPC | 59 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.14. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai Jangkauan/Luas Area Layanan | 59 |
| Tabel 4.15. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai Grapari | 60 |
| Tabel 4.16. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai CAROLINE | 61 |
| Tabel 4.17. Penilaian Responden Kartu Simpati di Yogyakarta Mengenai Promosi | 61 |
| Tabel 4.18. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasarkan Harga Kartu Selular Dengan Tingkat Usia Responden | 62 |
| Tabel 4.19. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Fasilitas Kartu Selular | 63 |
| Tabel 4.20. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Pelayanan Kartu Selular | 64 |
| Tabel 4.21. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Promosi Kartu Selular Dengan Tingkat Usia Responden | 65 |
| Tabel 4.22. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Harga/Tarif Kartu Selular Dengan Tingkat Pendidikan Responden | 66 |
| Tabel 4.23. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Fasilitas Kartu Selular Dengan Tingkat Pendidikan Responden | 67 |
| Tabel 4.24. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasarkan Pelayanan Kartu Selular | 68 |
| Tabel 4.25. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Promosi Kartu Selular Dengan Tingkat Pendidikan Responden | 69 |
| Tabel 4.26. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Harga/Tarif Kartu Selular Dengan Pekerjaan Responden | 70 |
| Tabel 4.27. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Fasilitas Kartu Selular Dengan Jenis Pekerjaan Responden | 71 |
| Tabel 4.28. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Layanan/ Service Kartu Selular Dengan Jenis Pekerjaan Responden | 72 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.29. Hubungan Antara Atribut Pemasaran BerdasarPromosi | |
| Kartu Selular | 73 |
| Tabel 4.30. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Harga/Tarif | |
| Kartu Selular | 74 |
| Tabel 4.31. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Fasilitas | |
| Kartu Selular Dengan Tingkat Penghasilan Responden | 75 |
| Tabel 4.32. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Pelayanan | |
| Kartu Selular Dengan Tingkat Penghasilan Responden | 76 |
| Tabel 4.33. Hubungan Antara Atribut Pemasaran Berdasar Promosi | |
| Kartu Selular Dengan Penghasilan Responden | 77 |
| Tabel 4.34. Indeks Sikap Responden Yang Memilih Kartu Simpati | |
| Berdasar Atribut Harga Kartu | 82 |
| Tabel 4.35. Indeks Sikap Responden Yang Memilih Kartu Simpati | |
| Berdasar Atribut Fasilitas Kartu | 83 |
| Tabel 4.36. Indeks Sikap Responden Yang Memilih Kartu Simpati | |
| Berdasar Atribut Pelayanan Kartu | 85 |
| Tabel 4.37. Indeks Sikap Responden Yang Memilih Kartu Simpati | |
| Berdasar Atribut Promosi Kartu | 86 |
| Tabel 4.38. Sikap Berdasarkan Atribut-Atribut Pemasaran Responden | |
| Yang Mempengaruhi Untuk Memilih Kartu Simpati | |
| di Yogyakarta | 87 |