

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen kartu prabayar **simPATI**. Dimana di era globalisasi sekarang ini, industri telekomunikasi di Indonesia berkembang dengan pesatnya. Beraneka ragam perusahaan telekomunikasi seperti PT. Telkomsel dikenal dengan produk simPATI dan kartu AS, PT. Satelindo dikenal dengan produk Mentari dan IM3, PT. Excelcomindo dengan produk proXL dan lain-lain saling bersaing untuk merebut konsumen dengan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Sehingga untuk mampu bersaing dan bertahan didalam pasar maka perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen .

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- Variabel yang paling menentukan konsumen melakukan pembelian kartu prabayar simPATI adalah karena service atau pelayanan yang baik seperti jangkauan terluas, layanan after sales service , customer service yang mudah dihubungi, kemudahan peralihan dari prabayar menjadi pasca bayar, voucher isi ulang mudah didapat, voucher isi ulang dengan pecahan tertentu, kemudahan dalam pengecekan pulsa dan adanya teknologi GPRS.
- Tetapi faktor service yang paling menentukan konsumen membeli kartu prabayar simPATI adalah variabel Kemudahan dalam pengecekan pulsa (hanya menekan *888# dari ponsel anda).
- Faktor harga yang paling menentukan konsumen melakukan pembelian kartu prabayar simPATI adalah variabel tarif murah pada malam hari.

Faktor-faktor harga (dimensi) yang digunakan mampu menjelaskan variasi sebesar 26,96 %

Faktor-faktor service (dimensi) yang digunakan mampu menjelaskan variasi sebesar 52,17 %

Harga tidak menentukan keputusan konsumen dalam pembelian kartu prabayar ponsel simPATI karena nilainya $26,96 \% < 50\%$.

Tetapi service merupakan faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen kartu pra bayar simpati. Karena nilainya sama-sama $52,17 \% > 50 \%$.