



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SISWA-SISWI SMA DALAM MEMILIH TELEPON**

GENGGAM

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

MERCU BUANA

Oleh

SAPTO EDY RUSMAWAN

5510411-154

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Siswa-
siswi SMA Dalam Memilih Telepon Genggam
Nama : Sapto Edy Rusmawan
N I M : 5510411-154
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : 10 November 2006

Mengesahkan

Direktur Program Magister Manajemen



Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc.

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Siswa-
siswi SMA Dalam Memilih Telepon Genggam
Nama : Sapto Edy Rusmawan
NIM : 5510411-154
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 November 2006



Sapto Edy Rusmawan

KATA PENGANTAR

Dengan berkat Allah Yang Maha Esa dan dukungan dari Istri saya tercinta maka penelitian ini dapat saya selesaikan. Pada penelitian ini didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi siswa-siswi SMA dalam memilih telepon genggam, segmentasi perilaku pada pemilihan telepon genggam serta faktor yang menjadi penentu siswa-siswi SMA dalam memilih telepon genggam merek Nokia.

Walaupun penelitian ini pada dasarnya penerapan ilmu pemasaran yang dipelajari selama perkuliahan tetapi ilmu statistik juga sangat diperlukan, sehingga penulis mengalami kesulitan pada perhitungan-perhitungan statistiknya. Dengan bimbingan dari Ibu Dr. Mustika S. Purwanegara MSc. maka penelitian ini dapat diselesaikan.

Tidak lupa penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu kelancaran penelitian ini antara lain:

1. Istri saya Elly Roosmawaty
2. Anak saya Salsabila Rooseldy
3. Dr. Mustika S. Purwanegara MSc.
4. Ir. Satya Wibowo MBA.
5. Para dosen program MM Universitas Mercu Buana
6. Para Guru dan Kepala sekolah SMA tempat penelitian.
7. Teman-teman angkatan 4 program MM Mengteng Sabtu .
8. Teman-teman kantor di PT. DaimlerChrysler Indonesia.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Mudah-mudahan penelitian ini berguna buat kita semua, dan dapat menjadi acuan pada penelitian-penelitian berikutnya. Karena keterbatasan waktu dan biaya, jika ada kurang sempurna dari penelitian ini penulis mohon maaf. Demi kesempurnaan penelitian ini penulis berharap ada penelitian lanjut yang dapat menyempurnakannya.

Bogor, November 2006

Penulis.



DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah-Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II. LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Pengetahuan tentang Telepon Genggam.....	6
2.1.1. GSM.....	6
2.1.2. CDMA.....	7
2.1.3. SMS.....	8
2.1.4. GPRS.....	9
2.1.5. 3G.....	10
2.2. Pemilihan Telepon Genggam.....	10
2.3. Pengertian Pemasaran.....	13
2.4. Bauran Pemasaran.....	14
2.5. Perilaku Konsumen.....	15
2.6. Model Pengambilan Keputusan Konsumen.....	20
2.6.1. MASUKAN.....	22
2.6.1.1. Masukan Pemasaran.....	22
2.6.1.2. Masukan Sosiobudaya.....	23
2.6.1.2.1. Budaya.....	24

2.6.1.2.2. Sub-budaya.....	24
2.6.1.2.3. Kelas Sosial.....	24
2.6.1.3. Faktor Sosial.....	25
2.6.1.3.1. Kelompok Acuan.....	25
2.6.1.3.2. Keluarga.....	27
2.6.1.3.3. Peran dan Status.....	28
2.6.1.4. Faktor Pribadi.....	29
2.6.1.4.1. Usia dan Tahap Siklus Hidup.....	29
2.6.1.4.2. Pekerjaan dan Lingkungan Hidup.....	30
2.6.1.4.3. Gaya Hidup dan Psikografik.....	31
2.6.1.4.3.1. Psikografik.....	32
2.6.1.4.3.2. Psikografik Remaja.....	36
2.6.1.4.4. Kepribadian dan Konsep Diri.....	36
2.6.1.5. Faktor Psikologis.....	37
2.6.1.5.1. Motivasi dan Kebutuhan.....	38
2.6.1.5.1.2. Kebutuhan.....	40
2.6.1.5.2. Persepsi.....	41
2.6.1.5.3. Pembelajaran.....	43
2.6.1.5.4. Keyakinan dan Sikap.....	45
2.6.2. PROSES.....	47
2.6.2.1. Pengenalan Kebutuhan.....	47
2.6.2.2. Penelitian Sebelum Pembelian.....	48
2.6.2.3. Penilaian Alternatif.....	49

2.6.3. KELUARAN.....	50
2.6.3.1. Perilaku Pembelian.....	50
2.6.3.2. Penilaian Pasca Pembelian.....	51
BAB III. OBYEK DAN METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Obyek Penelitian.....	53
3.2. Metode Penelitian.....	54
3.3. Analisa Data.....	54
3.3.1. Variabel.....	55
3.3.2. Analisa Faktor.....	56
3.3.3. Analisa Klaster.....	57
3.3.4. Analisa Diskriminan.....	57
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Lokasi Penelitian.....	58
4.2. Profil Responden.....	58
4.3. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	60
4.6.1. Uji Reliabilitas.....	60
4.6.2. Uji Validitas.....	61
4.4. Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Pemilihan Telepon Genggam.....	62
4.4.1. Pembahasan Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Pemilihan Telepon Genggam.....	67
4.5. Segmentasi.....	70
4.5.1. Pembahasan Segmentasi.....	71

4.6. Faktor penentu yang berpengaruh pada pemilihan telepon genggam Merek Nokia dan selain Nokia.....	72
4.6.1. Validasi.....	75
4.6.2. Pembahasan Faktor penentu yang berpengaruh pada pemilihan telepon genggam Merek Nokia dan selain Nokia.....	75
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1 : Bauran pemasaran.....	14
2. Tabel 2 : SMA tempat pengambilan sample.....	67
3. Tabel 3 : KMO MSA hasil SPSS 12.....	76
4. Tabel 4 : Jumlah faktor yang terbentuk berdasarka Total Variance Explained.....	77
5. Tabel 5 : Pengelompokan variable setelah dilakukan rotasi Varimax.....	80
6. Tabel 6 : Eigenvalues pada analisa diskriminan.....	87
7. Tabel 7 : Wilk's Lambda pada analisa diskriminan.....	87
8. Tabel 8 : Koefisien fungsi diskriminan.....	88

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
1. Diagram 1 : Model pengambilan keputusan.....	21



DAFTAR GRAFIK

	Halaman
1. Grafik 1 : Jumlah pengguna telepon genggam di Indonesia dari tahun 1999 sampai dengan tahun 2005.....	14
2. Grafik 2 : Hasil riset exploratory.....	67
3. Grafik 3 : Profil responden.....	76
4. Grafik 4 : Klaster yang terbentuk.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran 1 : Tabulasi data responden.....	81
2. Lampiran 2 : Perhitungan Reliabilitas output SPSS 12.....	82
3. Lampiran 3 : Analisa Faktor output SPSS 12.....	83
4. Lampiran 4 : Dendogram output SPSS 12 dan data klaster 1 dan 2.....	84
5. Lampiran 5 : Analisa Discriminant output SPSS 12.....	85
6. Lampiran 6 : Questionery.....	86
7. Lampiran 7 : Contoh promosi telepon genggam Nokia.....	87

