

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP *SIMCARD*
PRABAYAR SMARTFREN DI KECAMATAN CAKUNG
JAKARTA TIMUR**

***ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES TOWARD PREPAID
SIMCARD SMARTFREN IN CAKUNG SUB-DISTRICT OF EAST
JAKARTA***

Oleh

Dian Ferawati

2015410008

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP *SIMCARD* PRABAYAR
SMARTFREN DI KECAMATAN CAKUNG JAKARTA TIMUR**

***ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES TOWARD
SMARTFREN PREPAID SIMCARD IN CAKUNG SUB-
DISTRICT OF EAST JAKARTA***

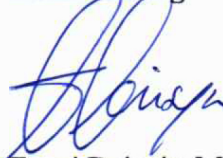
Oleh
Dian Ferawati
2015410008

SKRIPSI

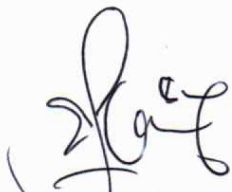
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 10 Agustus 2021



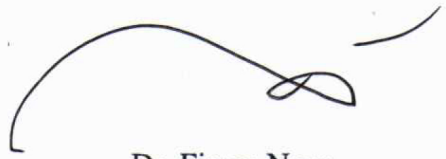
Dr. Firsan Nova
Pembimbing



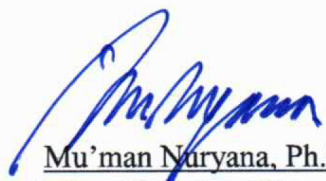
Drs. Fauzi Baisyir, MM
Penguji I



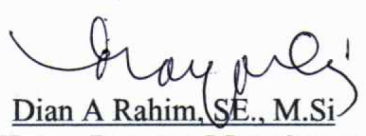
Ellena Nurfazria H., SE, MM
Penguji II



Dr. Firsan Nova
Penguji III



Mu'man Nuryana, Ph.D.
Dekan Fakultas Ekonomi



Dian A Rahim, SE., M.Si
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Ferawati

NIM : 2015410008

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Sikap Konsumen terhadap Simcard Prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur** yang dibimbing oleh Dr. Firsan Nova adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, _____



Dian Ferawati

ABSTRAK

Smartfren adalah perusahaan telekomunikasi yang bergerak di bidang jaringan komunikasi. Dengan menggunakan smartfren konsumen berharap dapat menikmati jaringan internet dengan baik. Penelitian bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap simcard Prabayar Smartfren. Penelitian dilakukan di Kecamatan Cakung Jakarta Timur. Cara pengambilan sample dengan *non probability sampling* (proporsi tak terduga), dengan jumlah sample sebesar 100 responden di Kecamatan Cakung Jakarta Timur. Analisis data menggunakan Analisis Multiatribut Fishbein, Diagram Kartesius, *Semantic Differential*. Atribut simcard Prabayar Smartfren ada 7 meliputi kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, merek, kemasan, layanan pelengkap dan harga. Hasil menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut simcard Prabayar Smartfren paling tertinggi adalah kemasan produk 17,43 yaitu masuk kategori positif. Kemudian total sikap konsumen terhadap *simcard* smartfren adalah 113,73 dan ini mencapai kategori positif. Bisa disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap simcard smartfren adalah positif. Dari hasil olah data Diagram Kartesius, indikator yang masuk di Kuadran A (Prioritas Utama) adalah semua atribut terkecuali kemasan tidak mudah rusak dan mudah dibawa kemana mana yang masuk kedalam kuadran B (Pertahankan Prestasi). Dari hasil olah data *Semantic Differential*, semua atribut memiliki jarak antara titik kepercayaan dan evaluasi namun jarak yang paling jauh antara satu garis kontinum adalah kualitas produk.

Kata Kunci: Atribut, Multiatribut Fishbein, Diagram Kartesius, *Semantic Differential*

ABSTRACT

Smartfren is a telecommunications company that specializes in communication network. With Smartfren consumers expect to enjoy the internet network well. Research is to analyze the consumer attitudes to simcard prabayar Smartfren. The research was conducted in Cakung Sub-District Of East Jakarta. The sampling method is using non-probability sampling method, namely by purposive sampling with a proportion estimation model approach and found a sample 100 people. Data analysis using fishbein Multiattribute Analysis, Cartesian Diagram, Semantic Differential. There are 7 attributes of simcard prepaid Smartfren including product quality, product features, product style and design, brands, packaging, complementary services and prices. The results show that the highest consumer attitudes towards simcard prepaid Smartfren attribute is product packaging 17.43, which is in the positive category. Then the total attitude of consumers toward the Smartfren simcard is 113,73 and this reaches the positive category. It can be concluded that consumer attitudes toward the Smartfren prepaid simcard are positive. From the result of the Cartesian Diagram data, the indicators included in quadrant A (priority) are all attributes except packaging that are not easily damaged and are easy to carry everywhere that are included in quadrant B (maintain achievement). From the result Semantic Differential data processing, all attributes have a distance between the point of belief and evaluation, but the furthest distance between the continuum lines is product quality.

Keywords: *Attributes, Fishbein Multiattributes, Cartesian Diagram, Semantic Differential*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Sikap Konsumen *Simcard Prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur***”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya yang terhormat :

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D.selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian A. Rahim SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis.
5. Untuk kedua orang tua, Bapak Syahrudin dan Ibu Sumiyati yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik itu materi, do'a dan semangat yang sangat besar, serta kakak saya Eka Setiawati.
6. Untuk Dhimas Yudha Prasetyo♥ yang telah membantu perkuliahan saya dan memberi dukungan, motivasi dan menemani saya dalam penulisan skripsi ini.

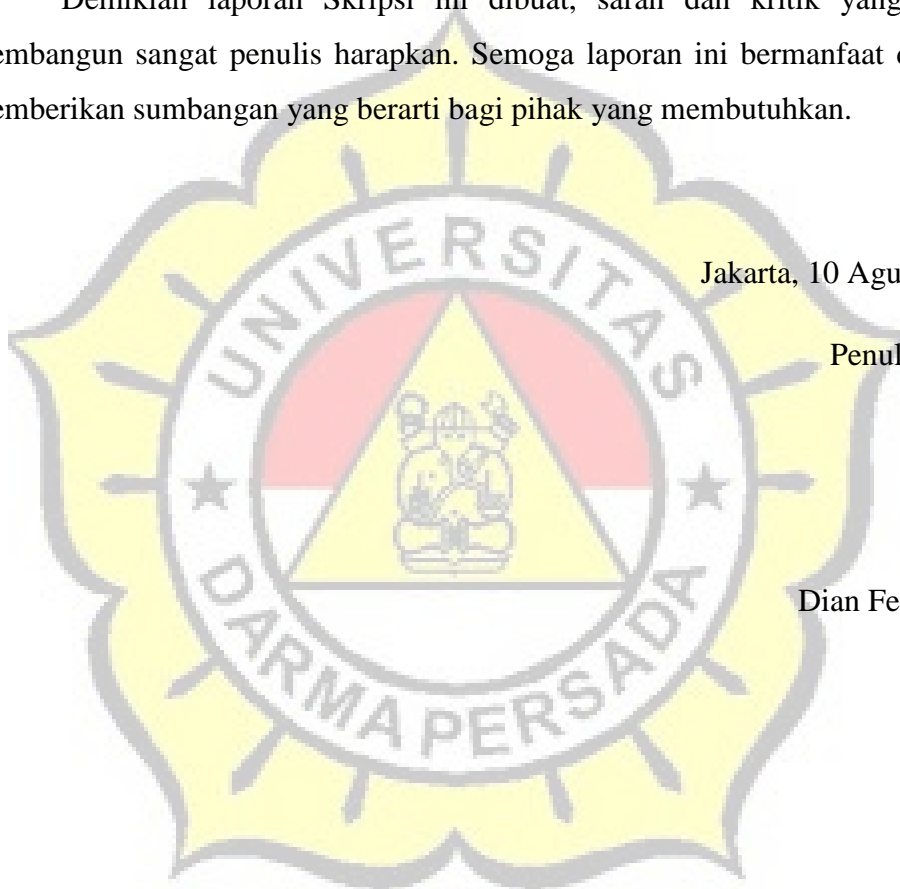
7. Senior 2014 Arnis Nursella, Widiya Putri dan Dwight Gabocliev yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi.
8. Untuk Nahrin Saripudin terimakasih yang telah sangat membantu dalam penulisan skripsi saya.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Demikian laporan Skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 10 Agustus 2021

Penulis,

Dian Ferawati



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah	8
1.2.2. Rumusan Masalah	8
1.3 Jangka Waktu & Lokasi Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	17
2.1.4. Sikap Konsumen	24
2.1.5 Model Sikap Atribut Fishbein	29
2.1.6 Produk	31
2.1.7 Atribut Produk	33
2.2 Penelitian Terdahulu	36

2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Yang Digunakan	39
3.2 Operasionalisasi Variabel	40
3.3 Sumber dan Cara Pengumpula Data	48
3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....	48
3.3.2 Lokasi Penelitian	48
3.3.3 Populasi dan Sample.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5 Rancangan Analisis	53
3.5.1 Uji Keabsahan Data	53
3.5.2 <i>The Attitude Toward Object Model</i>	54
3.5.3 Diagram Kartesius	57
3.5.4 <i>Semantic Differential</i>	58
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, DAN PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Sejarah Singkat Smartfren Telcom	59
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	61
4.1.2 Struktur Organisasi	62
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Profil Responden.....	62
4.2.2 Rata-rata Per Indikator.....	68
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel yang Diteliti.....	68
4.2.4 Uji Keabsahan Data.....	118
4.2.5 Analisis Multiatribut Fishbein.....	122
4.2.6 Diagram Kartesius	130
4.2.7 <i>Semantic Differential</i>	134
4.3 Pembahasan	137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	138

5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	141



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Keluhan Pengguna <i>Simcard</i> Smartfren.....	5
Tabel 1.3 Jumlah Pengguna <i>Simcard</i> Smartfren.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Data Kelurahan di Kecamatan Cakung.....	51
Tabel 3.3 Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	53
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Alamat Responden	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Kelamin Responden	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia Responden	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden.....	66
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden.....	65
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.7 Rentang Skala Evaluasi	67
Tabel 4.8 Rentang Skala Kepercayaan	67
Tabel 4.9 Jawaban Respoden Tentang Kecepatan Jaringan yang Stabil ...	68
Tabel 4.10 Jawaban Respoden Tentang Memiliki Jaringan 4GLTE Lebih Baik Dibanding Jaringan Lain	69
Tabel 4.11 Jawaban Respoden Tentang Memiliki Jangkauan Sinyal yang Luas	70
Tabel 4.12 Jawaban Respoden Tentang Banyak Pilihan Paket Internet	71
Tabel 4.13 Jawaban Respoden Tentang Memiliki Aplikasi Layanan	72
Tabel 4.14 Jawaban respoden Tentang <i>Customer Service</i> yang <i>Professional</i>	73
Tabel 4.15 Jawaban Respoden Tentang Desain Produk yang Simple	74

Tabel 4.16 Jawaban Respoden Tentang Informasi yang Lengkap Tentang Produk	75
Tabel 4.17 Jawaban Respoden Tentang Desain Produk yang Modern	76
Tabel 4.18 Jawaban Respoden Tentang Nama Merek yang Terpampang Jelas dan Nyata.....	77
Tabel 4.19 Jawaban Respoden Tentang Memiliki Identitas dan Ciri Khas Tersendiri	78
Tabel 4.20 Jawaban Respoden Tentang Logo yang Simple dan Mudah Diingat	79
Tabel 4.21 Jawaban Respoden Tentang Mudah Untuk Dibuka	80
Tabel 4.22 Jawaban Respoden Tentang Tidak Mudah Rusak	81
Tabel 4.23 Jawaban Respoden Tentang Mudah Dibawa Kemana-mana	82
Tabel 4.24 Jawaban Respoden Tentang <i>Customer Service</i> yang Bersedia 24 jam	83
Tabel 4.25 Jawaban Respoden Tentang Tersedia Banyak Gerai	84
Tabel 4.26 Jawaban Respoden Tentang Memiliki Jaringan 4G LTE Advanced	85
Tabel 4.27 Jawaban Respoden Tentang Harga yang Bersaing	86
Tabel 4.28 Jawaban Respoden Tentang Harga yang Relatif Murah dengan Kualitas produk	87
Tabel 4.29 Jawaban Respoden Tentang Harga yang Terjangkau Disemua Kalangan	88
Tabel 4.30 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Kecepatan Jaringan yang Stabil	89
Tabel 4.31 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Jaringan 4GLTE Lebih Baik Dibanding Dengan Jaringan Lain	90
Tabel 4.32 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Jangkauan Sinyal yang Luas	91
Tabel 4.33 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Banyak Pilihan Paket Internet	92
Tabel 4.34 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Aplikasi	

Layanan	93
Tabel 4.35 Jawaban Respoden Tentang <i>Customer Service</i> yang <i>Professional</i>	94
Tabel 4.36 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Desain Produk yang <i>Simple</i>	95
Tabel 4.37 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Informasi yang Lengkap.....	96
Tabel 4.38 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Desain yang Modern	97
Tabel 4.39 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Nama Merek yang Terpampang Jelas dan Nyata.....	98
Tabel 4.40 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Identitas dan Ciri Khas tersendiri.....	99
Tabel 4.41 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Logo yang <i>Simple</i> dan Mudah Diingat	100
Tabel 4.42 Jawaban Respoden Tentang Kemasan Kartu Smartfren Mudah Untuk Dibuka	101
Tabel 4.43 Jawaban Respoden Tentang Kartu Smartfren Tidak Mudah Rusak	102
Tabel 4.44 Jawaban Respoden Tentang Kartu Smartfren Mudah Dibawa Kemana-mana	103
Tabel 4.45 Jawaban Respoden Tentang Smartfren <i>Customer Service</i> yang Bersedia 24 jam	104
Tabel 4.46 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Jaringan 4G <i>LTE Advanced</i>	105
Tabel 4.47 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Banyak Gerai	106
Tabel 4.48 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Harga yang Bersaing	107
Tabel 4.49 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Harga yang Relatif Murah Dengan Kualitas Produk	108

Tabel 4.50 Jawaban Respoden Tentang Smartfren Memiliki Harga yang Terjangkau Disemua Kalangan	109
Tabel 4.51 Rata-rata Indikator Evaluasi	110
Tabel 4.52 Rata-rata Indikator Evaluasi yang Terpenting	112
Tabel 4.53 Rata-rata Indikator Kepercayaan	114
Tabel 4.54 Rata-rata Indikator Kepercayaan yang Terpenting	116
Tabel 4.55 Uji Validitas	118
Tabel 4.56 Uji Reliabilitas dari Indikator Evaluasi	120
Tabel 4.57 Uji Reabilitas dari Indikator Kepercayaan.....	121
Tabel 4.58 Range Nilai Standar Sikap.....	121
Tabel 4.59 Skala Interpretasi Sikap Tiap Atribut.....	122
Tabel 4.60 Skor Sikap Terhadap Kualitas Produk.....	123
Tabel 4.61 Skor Sikap Terhadap Fitur Produk	123
Tabel 4.62 Skor Sikap Terhadap Gaya dan Desain Produk.....	124
Tabel 4.63 Skor Sikap Terhadap Merek Produk.....	124
Tabel 4.64 Skor Sikap Terhadap Kemasan Produk	125
Tabel 4.65 Skor Sikap Terhadap Layanan Pelengkap Produk.....	126
Tabel 4.66 Skor Sikap Terhadap Harga Produk	126
Tabel 4.68 Skala Intepretasi Sikap.....	128
Tabel 4.67 Skor Sikap Total	128
Tabel 4.68 Urutan Skor Sikap.....	129
Tabel 4.69 Nilai Rataan Evaluasi dan Kepercayaan.....	130

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kecepatan Penguduhan.....	3
Gambar 2.1 Empat Komponen Dalam Bauran Pemasaran Barang.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	61
Gambar 4.2 Garis Kontinum Sikap Konsumen Pada Tiap-tiap Atribut.....	127
Gambar 4.3 Garis Kontinum Sikap Konsumen Terhadap <i>Simcard</i> Smartfren	128
Gambar 4.4 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi	
Indikator 1-11	131
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi	
Indikator 12-21	132
Gambar 4.6 Perbandingan Evaluasi dan Kepercayaan.....	134