

ABSTRAK

Sangat menarik jika kita melihat perkembangan bisnis telepon seluler sekarang ini. Pada jaman dahulu, telepon seluler yang dipasarkan tampilannya selalu sama, tetapi sekarang ini sudah tidak kita jumpai lagi. Setiap telepon seluler memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu toko telepon seluler juga banyak melakukan strategi promosi untuk menarik minat pelanggan untuk membeli telepon seluler yang telah mereka produksi. Tetapi setiap toko telepon seluler tersebut juga tetap mengikuti standar dan peraturan yang telah ditentukan dalam dunia usaha.

Hal ini pula yang terjadi pada toko telepon seluler. Toko tersebut mencoba menampilkan sesuatu yang berbeda dari toko-toko telepon seluler lainnya. Selain mencoba untuk menawarkan telepon seluler kepada para konsumennya, toko telepon seluler tersebut juga memberikan pelayanan yang baik dan juga menyediakan fasilitas-fasilitas lainnya yang dibutuhkan dalam penggunaan telepon seluler tersebut Hal ini terlihat dengan disediakannya tempat untuk mendownload ring back tone untuk diisi ke dalam telepon seluler konsumen, aksesoris-aksesoris, dan lain sebagainya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode yang ditujukan untuk memecahkan masalah saat ini dengan jalan mengumpulkan data, menyusun, menganalisa, dan menginterpretasikan data tersebut. Data untuk keperluan penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, yaitu berupa observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden. Kuesioner tersebut berisi 40 pertanyaan mengenai sikap responden terhadap pengaruh perilaku konsumen terhadap kepuasan pembelian suatu merek telepon seluler GSM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan pembelian konsumen. Hal ini dapat dilihat nilai koefisien determinasinya dimana koefisien determinasinya sebesar 4.6%. Hal ini berarti perilaku konsumen mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen sebesar 4.6%. Sedangkan 95.4% kepuasan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Adapun saran yang ingin disampaikan penulis kepada perusahaan telepon seluler adalah supaya dapat meningkatkan lagi kualitas telepon seluler yang dipasarkan dan juga menyediakan fasilitas-fasilitas lainnya yang lebih baik lagi. Selain itu juga perusahaan diharapkan dapat lebih menanggapi dan memperhatikan keluhan-keluhan yang datang dari konsumen, sehingga perusahaan dapat lebih mengoreksi dan memperbaiki kekurangan-kekurangan dari pelayanan yang sudah dijalankan perusahaan dan dapat lebih meningkatkan kualitas dari telepon seluler yang diproduksi dan dapat lebih mengetahui telepon seluler seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Dengan begitu maka perusahaan bisa mendapatkan konsumen yang setia pada merek telepon seluler tersebut dan menjadi loyal pada merek telepon seluler tersebut.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kepuasan Pembelian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	4
1.6 Metode Penelitian	9
1.6.1 Definisi Variabel.....	9
1.6.2 Tabel Operasional Variabel.....	9
1.6.3 Metode Yang Digunakan.....	14
1.6.4 Populasi dan Sampel	15
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data	16
1.6.6 Metode Analisis Data.....	17
1.6.7 Metode Analisis Pengolahan Data.....	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	20
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	22
2.3 Konsep Pemasaran.....	22
2.3.1 Pengertian Konsep Pemasaran.....	22
2.3.2 Konsep Pemasaran yang Berorientasi Pada Pelanggan	24
2.4 Bauran Pemasaran.....	25
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran	25
2.4.2 Variabel-variabel Bauran Pemasaran.....	25
2.5 Perilaku Konsumen.....	28
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
2.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
2.5.3 Proses Keputusan Pembelian	33
2.5.4 Perilaku Konsumen dan Segmentasi Pasar	35
2.5.5 Perilaku Konsumen Dalam Kaitannya Dengan Strategi Bauran Pemasaran	38
2.5.5.1 Perilaku Konsumen dan Strategi Produk.....	38
2.5.5.2 Perilaku Konsumen dan Strategi Harga	40
2.5.5.3 Perilaku Konsumen dan Strategi Distribusi	42
2.5.5.4 Perilaku Konsumen dan Strategi Promosi.....	42
2.5.6 Peran Dalam Perilaku Pembelian	45
2.6 Kepuasan Konsumen	45
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	45
2.6.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	46

2.6.3 Konsep Kepuasan Konsumen.....	48
2.6.4 Ketidakpuasan Konsumen.....	49
2.6.5 Strategi Kepuasan Konsumen.....	51
2.7 Loyalitas.....	54
2.7.1 Pengertian Loyalitas.....	54
2.7.2 Langkah-langkah Membentuk Loyalitas.....	55
2.7.3 Jenis-jenis Loyalitas.....	58
BAB III OBJEK PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	59
3.1.1 Sejarah GSM.....	59
3.1.2 Spesifikasi Teknis GSM.....	61
3.1.3 Arsitektur Jaringan GSM.....	62
3.1.4 Keunggulan GSM Sebagai Teknologi Generasi Kedua (2G).....	64
3.2 Manajemen Pemasaran.....	66
3.2.1 Jenis Produk.....	66
3.2.1.1 Perjuangan Merek Lokal	67
3.2.1.2 Hitech, Gairah Baru	68
3.2.1.3 Belajar	70
3.2.2 Strategi Harga Produk	71
3.2.2.1 Membangun Kepuasan, Nilai dan Upaya Mempertahankan.....	76
3.2.2.2 Penyebab Rendahnya Tingkat Penjualan Produk Dalam Negeri Terhadap Produk Luar Negeri.....	79
3.2.3 Strategi Distribusi	81
3.2.4 Kompetisi Ketat	83

3.2.5 Strategi Promosi.....	85
3.3 Manajemen Operasional.....	88
3.4 Manajemen Keuangan.....	91
3.4.1 Keputusan dan Tanggung Jawab Manajer Perdagangan.....	92
3.4.2 Tujuan Manajemen Keuangan Pada Perusahaan.....	94
3.5 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	96
3.5.1 Perekrutan Karyawan.....	96
3.5.2 Pemutusan Hubungan Karyawan.....	98
3.5.2.1 Mutasi	98
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	101
4.1.1 Analisis Profil Responden	101
4.2 Pembahasan.....	103
4.2.1 Analisis Tanggapan Responden Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Pembelian Suatu Merek Telepon Seluler GSM	103
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	114
4.2.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	125
4.2.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	125
4.2.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	127
4.2.3.3 Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Pembelian Suatu Merek Telepon Seluler GSM.....	128
4.2.3.4 Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana	128
4.2.3.5 Pengujian Hipotesis <i>Budaya</i>	129
4.2.3.6 Pengujian Hipotesis <i>Sosial</i>	130

4.2.3.7 Pengujian Hipotesis <i>Pribadi</i>	131
--	-----

4.2.3.8 Pengujian Hipotesis <i>Psikologis</i>	132
---	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	133
----------------------	-----

5.2 Saran	134
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1 The Four Components of The Marketing Mix.....	28
Gambar 2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
Gambar 2.3 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.4 Bagaimana Pelanggan Menggunakan Atau Membuang Produk	35
Gambar 2.5 Proses Keputusan Pembelian	35
Gambar 3.1 Ruang Lingkup Manajemen Operasional	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Variabel Bebas (X).....	9
Tabel 1.2	Variabel Terikat (Y)	11
Tabel 4.1	Komposisi Jenis Kelamin Responden	101
Tabel 4.2	Komposisi Usia Responden.....	101
Tabel 4.3	Komposisi Tempat Tinggal Responden	102
Tabel 4.4	Komposisi Pekerjaan Responden.....	102
Tabel 4.5	Komposisi Pendapatan Responden	103
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Menggunakan Produk Telepon Seluler GSM	104
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Produk Telepon Seluler GSM Merupakan Pilihan Bijaksana	104
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Dengan Keputusan Menggunakan Produk Telepon Seluler GSM	105
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Produk Telepon Seluler GSM Dalam Kegiatan Sehari-hari.....	105
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas dan Fitur Produk Telepon Seluler GSM Adalah Sangat Bagus.....	106
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Menyampaikan Hal-hal Positif Tentang Produk Telepon Seluler GSM.....	106
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Produk Telepon Seluler GSM Kepada Orang Lain.....	107

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mendorong Temannya Untuk Membeli Produk Telepon Seluler GSM	107
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Mempertimbangkan Produk Telepon Seluler GSM Sebagai Pilihan Pertama Jika Membeli Produk Yang Sama.....	108
Tabel 4.15 Tanggapan Mengenai Melakukan Lebih Banyak Pembelian Produk Telepon Seluler GSM	108
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Telepon Seluler GSM Meskipun Harganya Akan Naik.....	109
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Mengatakan Kepada Orang Lain Bila Mengalami Masalah Dengan Produk Telepon Seluler GSM	109
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Komplain Ke Pihak Eksternal Bila Mengalami Masalah Dengan Layanan Yang Diberikan Telepon Seluler GSM.....	110
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Komplain Kepada Karyawan Produk Telepon Seluler GSM Jika Mengalami Masalah Yang Berkaitan Dengan Layanan.....	110
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Melakukan Pembelian Dengan Telepon Seluler GSM	111
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Garansi Yang Diberikan Telepon Seluler GSM Bila Mengalami Kerusakan.....	111
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Ketanggapan Karyawan Telepon Seluler GSM Dalam Menangani Keluhan	112

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan Karyawan Telepon	
Seluler GSM Dalam Terhadap Pelanggan	112
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan Dalam	
Menjelaskan Fitur-fitur Dalam Telepon Seluler GSM	113
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Ketanggapan Karyawan Dalam	
Menjawab Pertanyaan Yang Diajukan Konsumen Tentang Kualitas	
Dalam Telepon Seluler GSM	113
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Akan Tetap Membeli Telepon	
Seluler GSM Meskipun Modelnya Ketinggalan Jaman	114
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Akan Sering Membeli Telepon	
Seluler GSM Di Toko Yang Memberikan Kepuasan	115
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Puas Dengan Pelayanan	
yang Dilakukan Telepon Seluler GSM Tersebut	115
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Puas Dengan Fasilitas-	
fasilitas yang Ada Toko Telepon Seluler Tersebut	116
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Bahwa Saran dan Kritiknya	
Selalu Ditanggapi Dengan Baik Oleh Toko Telepon Seluler Tersebut..	116
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Produk Yang	
Disediakan Oleh Toko Telepon Seluler Tersebut	117
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Selalu Menggunakan Fasilitas-	
fasilitas lain Yang Terdapat Di Toko Telepon Seluler Tersebut.....	117
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Dengan Pelayanan-	
pelayanan lain yang Diberikan Toko Telepon Seluler Tersebut.....	118

Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Akan Datang ke Toko Telepon	
Seluler Tersebut Tidak Hanya Untuk Membeli Telepon Seluler Saja ...	118
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Toko Telepon Seluler Tidak Hanya	
Untuk Membeli Telepon Seluler Saja.....	119
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Informasi Tentang	
Toko Telepon Seluler Tersebut Kepada Orang Lain.....	120
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Menyampaikan Hal-hal Positif	
Tentang Toko Telepon Seluler Tersebut Kepada Orang lain.....	120
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Toko Telepon	
Seluler Tersebut Kepada Orang Lain	121
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai Akan Mengajak Orang Lain	
Membeli Telepon Seluler Di Toko Tersebut	121
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Mengenai Akan Memberitahukan Kepada	
Orang Lain Tentang Fasilitas-fasilitas yang Ada di Toko Telepon	
Seluler Tersebut.....	122
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Mengenai Ketidaktertarikan Pada Fasilitas-	
fasilitas Toko Telepon Seluler Lain.....	122
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Mengenai Akan Menganggap Toko Telepon	
Seluler Tersebut Terbaik di Bandung.....	123
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Mengenai Tidak Akan Beralih ke Toko	
Telepon Seluler Lain Lain.....	123
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Dengan Pelayanan di	
Toko Telepon Seluler Tersebut	124

Tabel 4.45 Tanggapan Responden Mengenai Ketidaktertarikan Dengan Segala Bentuk Promosi yang Dilakukan Toko Telepon Seluler Lainnya.....	124
Tabel 4.46 Uji Validitas Awal.....	125
Tabel 4.47 Hasil Akhir Uji Validitas.....	126
Tabel 4.48 Hasil Uji Reliabilitas	127
Tabel 4.49 Analisis Regresi Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Pembelian Suatu Merek Telepon Seluler GSM.....	129
Tabel 4.50 Analisis Regresi Dimensi Perilaku Konsumen <i>Budaya</i> Terhadap Kepuasan Pembelian <i>Budaya</i>	129
Tabel 4.51 Analisis Regresi Dimensi Perilaku Konsumen <i>Sosial</i> Terhadap Kepuasan Pembelian <i>Sosial</i>	130
Tabel 4.52 Analisis Regresi Dimensi Perilaku Konsumen <i>Pribadi</i> Terhadap Kepuasan Pembelian <i>Pribadi</i>	131
Tabel 4.53 Analisis Regresi Dimensi Perilaku Konsumen <i>Psikologis</i> Terhadap Kepuasan Pembelian <i>Psikologis</i>	132