

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN INTERNET
TELKOMSEL DI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Sugianda Adi Prakoso

201510325169



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

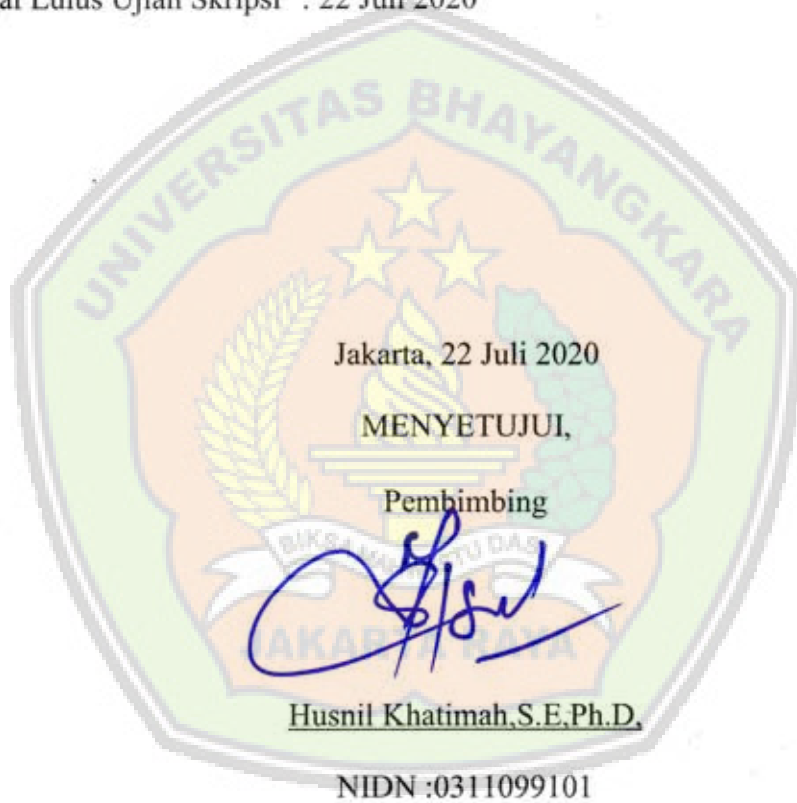
Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Internet Telkomsel Di Bekasi

Nama Mahasiswa : Sugianda Adi Prakoso

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325169

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN INTERNET
TELKOMSEL DI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Sugianda Adi Prakoso

201510325169



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Dalam
Menggunkan Internet Telkomsel Di Bekasi

Nama Mahasiswa : Sugianda Adi Prakoso

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325169

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 4 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., MM
NIDN. 0319067606

Penguji I : Husnil Khatimah, S.E., Ph.D
NIDN. 0311099101

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan Fakultas
Ekonomi

M.Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908

Dr. Istianingsih M.S.Ak,CA,CSRA,CACP
NIDN. 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya atas terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Irjen Pol (Purn) Dr. Bambang Karsono S.H,M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak,CA,CSRS.,CBV.,CMA.,CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. M.Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku ketua Program Studi Manajemen.
5. Husnil Khatimah, S.E.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing.
6. Ir. Adlin Nazli Lubis., M.M selaku Dosen Perwalian Akademik.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 1 Juli 2020


Sugianda Adi Prakoso

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Internet
Telkomsel Di Bekasi

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya tulis ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Suganda Adi Prakoso

201510325169

ABSTRAK

Sugianda Adi Prakoso. 201510325169. Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Internet Telkomsel di Bekasi Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apakah yang mendukung minat pelanggan untuk menggunakan internet Telkomsel di Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada pelanggan internet Telkomsel di Bekasi. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik menggunakan *Quota Sampling* (Sampel Berjatah) Pengambilan sampel hanya berdasarkan pertimbangan peneliti saja, Menurut Margono (2004:127) dalam teknik ini jumlah populasi int tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan memberikan jatah atau *quorum* tertentu terhadap kelompok.. Selanjutnya data diolah dan dianalisis menggunakan SPSS dan analisis faktor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi, faktor Sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, dan dapat disimpulkan dari ketiga faktor yang mempengaruhi, faktor psikologis dan faktor pribadi yang sangat mempengaruhi minat pelanggan, karena faktor ini memiliki *total eigenvalue* sebesar 7.397 dengan *comulative* sebesar 49.313 yang didominasi dengan, meningkatkan Pengetahuan, sesuai dengan kepribadian dan prinsip, menyesuaikan dengan gaya hidup ,menyesuaikan dengan situasi ekonomi dalam menggunakan internet Telkomsel.

Kata kunci: Pengguna Internet Telkomsel, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Minat Pelanggan.

ABSTRACT

Sugianda Adi Prakoso. 201510325169. Factors Affecting Customers' Interest in Using Telkomsel's Internet in Bekasi, Thesis, Management Study Program. Faculty of Economics, Bhayangkara University, Greater Jakarta This study aims to determine what factors support the interest of customers to use Telkomsel internet in Bekasi. The method used in this research is descriptive analysis method with quantitative approach. Primary data were obtained through questionnaires distributed to Telkomsel internet customers in Bekasi. Samples taken as many as 100 respondents using a technique using Quota Sampling (Sampling Rationing) Sampling is only based on the consideration of researchers, according to Margono (2004: 127) in this technique the number of int population is not calculated but is classified into several groups. Samples are taken by giving a certain quorum or quorum to the group. Furthermore, the data is processed and analyzed using SPSS and factor analysis. The results of this study indicate that there are three factors that influence, social factors, personal factors, and psychological factors, and it can be concluded from the three factors that influence, psychological factors and personal factors that greatly affect customer interest, because this factor has a total eigenvalue of 7,397 with a cumulative of 49,313 dominated by, increasing Knowledge, in accordance with personality and principles, adjusting to lifestyle, adjusting to the economic situation in using Telkomsel's internet.

Keywords: *Telkomsel Internet Users, Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, and Customer Interest.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Pembatasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 Faktor Minat Pelanggan	8
2.2.1 Faktor Budaya	9
2.2.2 Faktor Sosial	9

2.2.3 Faktor Pribadi.....	0
2.2.4 Faktor Psikologis.....	10
2.3 Minat Beli Pelanggan.....	10
2.3.1 Indikator Minat Beli Pelanggan	11
2.4 Penelitian Terdahulu	11
2.5 Kerangka Pemikiran.....	13
2.6 Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Tahap Penelitian.....	16
3.3 Model Konseptual Penelitian	17
3.4 Operasionalisasi Variabel	18
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.6 Populasi dan Sampel	19
3.7 Metode Pengambilan Sampel.....	20
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.9 Metode Analisis Data.....	21
3.9.1 Uji Validitas	21
3.9.2 Uji Reabilitas.....	22
3.9.3 Analisis Faktor	22
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Profil Organisasi	25
4.2 Visi dan Misi PT Telkomsel	25
4.3 Hasil Analisis Data.....	25
4.3.1 Uji Validitas	25

4.3.2 Uji Reliabilitas	27
4.4 Identitas Responden	27
4.4 Data Responden	30
4.5 Hasil Analisis Faktor	42
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Produk Internet Telkomsel.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	18
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert.....	21
Tabel 3.3 Skala Alpha Cronbach's.....	22
Tabel 4.1 Uji Validitas	26
Tabel 4.2 Uji Reliability Statistik	27
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.4 Lama Penggunaan internet Telkomsel.....	28
Tabel 4.5 Memiliki Paket / Pulsa Internet.....	28
Tabel 4.6 Nama merek lain yang dimiliki.....	29
Tabel 4.7 Perkembangan Cara Hidup	30
Tabel 4.8 Kesejahteraan dan Kemakmuran Hidup	31
Tabel 4.9 Tidak Bertentangan Dengan Adat Istiadat	31
Tabel 4.10 Aktifitas Sosial di Dunia Nyata dan Maya.....	32
Tabel 4.11 Rasa Kebersamaan dan Solidaritas	33
Tabel 4.12 Tidak Merubah Perilaku.....	34
Tabel 4.13 Bisa Digunakan Diberbagai Usia.....	35
Tabel 4.14 Sesuai Dengan Semua Bidang Pekerjaan.....	36
Tabel 4.15 Sesuai Dengan Situasi Ekonomi	36
Tabel 4.16 Sesuai Dengan Gaya Hidup	37

Tabel 4.17 Sesuai Dengan Kepribadian dan Prinsip.....	38
Tabel 4.18 Memotivasi Dalam Pembelian	39
Tabel 4.19 Sesuai Dengan Persepsi	40
Tabel 4.20 Meningkatkan Pengetahuan	40
Tabel 4.21 Tidak Merubah Keyakinan dan Sikap.....	41
Tabel 4.22 KMO and Bartlett's Test.....	42
Tabel 4.23 Anti Image Matrix.....	43
Tabel 4.24 Communalities	45
Tabel 4.25 Total Variance Explained.....	46
Tabel 4.26 Rotated Component Matrix.....	47
Tabel 4.27 Component Transformation Matrix	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 3.3 Model konseptual.....	17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Buku Bimbingan

Lampiran 2 Uji Plagiarisme

Lampiran 3 Uji Refrensi

Lampiran 4 Pernyataan Kuisoner

Lampiran 5 Hasil Kuisoner Identitas Responden

Lampiran 6 Hasil dari kuisoner mengenai data responden penelitian

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Faktor

