

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP JASA WARUNG TELEKOMUNIKASI STUDI KASUS PADA WARTEL KOPMA UGM YOGYAKARTA

Meyliana  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta 1999

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam menggunakan jasa wartel. Variabel yang diteliti yaitu kepentingan, pelayanan, lokasi, kenyamanan dan kamar bicara. Permasalahan yang penulis teliti adalah apakah variabel kepentingan, pelayanan, lokasi, kenyamanan dan kamar bicara mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa wartel. Penelitian ini dilakukan di Wartel Kopma UGM Bulaksumur H-7 Catur Tunggal Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah konsumen pemakai jasa Wartel Kopma UGM yang berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah 1) analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besar pengaruh masing-masing variabel dengan permintaan konsumen terhadap jasa wartel 2) analisis korelasi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel secara keseluruhan dengan permintaan konsumen terhadap jasa wartel.

Dari hasil analisis data dapat diambil kesimpulan bahwa 1) sebagian besar konsumen wartel Kopma UGM adalah laki-laki yaitu sebesar 58%, berusia antara 17-25 tahun sebesar 67%, pendidikan akhir para konsumen adalah tamat SMA yaitu sebesar 71%, pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa/pelajar sebesar 61%, jangka waktu yang paling banyak digunakan konsumen adalah antara pukul 20.00-23.00 WIB yaitu sebesar 57% , dan frekwensi pemakaian jasa wartel terbanyak adalah kurang dari dua kali dalam sebulan sebesar 36% 2) variabel kepentingan, pelayanan, lokasi dan kenyamanan masing-masing memiliki pengaruh positif, kuat dan signifikan , sedangkan variabel kamar bicara memiliki pengaruh positif, cukup kuat dan signifikan dengan permintaan konsumen terhadap jasa wartel 3) apabila diuji secara bersama-sama maka variabel kepentingan, pelayanan, lokasi, kenyamanan dan kamar bicara memiliki pengaruh positif, kuat dan signifikan dengan permintaan konsumen terhadap jasa wartel.

## ABSTRACT

### **AN ANALYSIS OF THE FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DEMAND TOWARD POSTAL AND TELECOMMUNICATION STALL SERVICES A CASE STUDY AMONG KOPMA UGM POSTAL AND TELECOMMUNICATION STALL CONSUMERS YOGYAKARTA**

Meyliana  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta 1999

The aim of this study is to know the factors which influence the consumers demand in using postal and telecommunication stall services. The variables observed are importance, service, comfortability, location and phone box. This study was done at Kopma UGM Postal and Telecommunication Stall, Bulaksumur H-7 Catur Tunggal Yogyakarta.

In gathering data, the writer used questionnaire and interview technique. As for the sample the writer took 100 people who used Kopma UGM Postal and Telecommunication Stall services. Two methods of analysis are used 1) multiple linier regression analysis to know the influence of each variable toward consumers demand of postal and telecommunication stall services 2) multiple linier correlation to know the relation between all variables taken together toward consumers demand of postal and telecommunication stall services.

From the data analysis it is concluded that 1) 58% Kopma UGM Postal and Telecommunication Stall consumers are male, 67% are between 17-25 years old, 71% are Senior High School graduates, 61% are students, peak-hours of use of the postal and telecommunication stall service between 20.00-23.00 WIB 57% and 36% using the postal and telecommunication service less than twice a month 2) each of the importance, service, location and comfortability variables has positive, strong and significant influence, while the phone box variable has positive, sufficient and significant influence toward consumer demand of postal and telecommunication stall services 3) if the importance, service, location, comfortability and telephone box are tested together they have positive, strong and significant influence toward consumers demand of postal and telecommunication stall services.