

ABSTRAK

**ANALISIS POSISI PRODUK KARTU GSM PRABAYAR**

**BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN**

**ATAS ATRIBUT PRODUK**

Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Pengguna Kartu GSM Prabayar di Kampus Mrican

Endah Widiyani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2009

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Karakteristik konsumen pengguna kartu GSM prabayar; 2) Persepsi konsumen terhadap atribut produk kartu GSM prabayar; 3) Posisi produk berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut produk.

Subjek penelitian adalah semua mahasiswa S1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Kampus Mrican yang masih aktif kuliah. Sedangkan objek penelitian adalah persepsi konsumen pengguna kartu GSM prabayar terhadap atribut produk kartu GSM. Penelitian ini menggunakan analisis rata-rata untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen pengguna kartu GSM prabayar terhadap atribut produk dan *perceptual mapping* untuk mengetahui posisi produk dalam persepsi konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan 100 sampel yang diperoleh dengan cara *Purposive Sampling*.

Hasil analisis data menunjukkan : 1) Pengguna kartu GSM prabayar sebagian besar adalah wanita, usia antara 21-23 tahun, dan mempunyai uang saku lebih dari Rp.300.000 perbulan dan menggunakan kartu GSM prabayar IM-3. 2) Persepsi konsumen terhadap atribut produk kartu GSM prabayar Simpati, IM-3, dan XL secara keseluruhan adalah baik. Persepsi konsumen terbaik adalah atribut tarif SMS kartu GSM prabayar IM-3, atribut sinyal dan jangkauan kartu GSM prabayar Simpati. 3) Posisi produk kartu GSM prabayar berdasarkan persepsi konsumen; kartu GSM prabayar Simpati unggul dalam atribut sinyal, jasa pelayanan, fasilitas dan jangkauan. Kartu GSM prabayar IM-3 unggul dalam atribut tarif SMS dan masa aktif. Kartu GSM prabayar XL unggul dalam atribut tarif telepon dan promo program.

**ABSTRACT**

**AN ANALYSIS ON POSITIONING OF PREPAID GSM SIM CARD  
BASED ON CUSTOMERS' PERCEPTION  
ON THE PRODUCT ATTRIBUTE**

A Case Study at Students of Sanata Dharma University in Mrican, Yogyakarta

Endah Widiyani  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2009

The aims of the research is to find out: 1) The characteristics of the customers' of the prepaid GSM sim card; 2) The customers' perception on the product attribute of the prepaid GSM sim card; 3) The product position based on the customers' perception on the product attribute.

The subject of this research is all the students of Sanata Dharma University located in Mrican. The object is the customers' perception on the attributes of the prepaid GSM sim card. The research uses the average point analysis to find out the customers' perception and perceptual mapping to find out the product position. The data are collected through interview and questionnaire. The research uses 100 sample picked under purposive sampling method.

The result of the research show that: 1) Most of the customers' is female, 21-23 years old, earns more than Rp 300.000 per month, and uses IM-3 prepaid GSM sim card. 2) In general the customers' perception on the attributes of Simpati, IM-3, and XL prepaid GSM sim card is good. Customers' perceive IM-3 better in terms of it's SMS rate, while Simpati is better in terms of it's signal and coverage. 3) Product position of the prepaid GSM sim card based on the customer's perception; Simpati do extremely well at it's signal, customer's service, facility, and coverage. IM-3 is excels in SMS rate and active period. XL excels at it's calling rate and promotional programs.