

ABSTRACT

Recently, information and technology progress quickly. Human being feeling easy and comfort in communication. Hi-tech communication tools especially hand phone become interesting for the consumer nowadays. Consumers feel advantage to the development. This development due to simcard development which is the main component for communication via handphone. Most of cellular operators offering more benefits for their products to the consumers. This is necessary for the consumer to make decision in choosing and using a cellular operator due to their need and want.

The goal of this research is to know factors which influence consumer decision making and consumer behavior when they choose and use IM3 operator service. This research designs base on hypothetic as a literature that conducted use questionnaire in collecting the primary data. The result of regression from this research is that communication tariff, facility, networking and service have significant influence to the consumer decision making in choosing and using IM3 operator service. And these factors have correlated each other.

The company should consider about there factors, because to improve the trust of consumer. Because these variables can be controlled directly by IM3 company.

Keywords: Marketing service, consumer behavior, decide to buy



INTISARI

Perkembangan informasi dan teknologi pada saat ini berkembang cepat. Manusia merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam berkomunikasi. Peralatan komunikasi yang canggih khususnya *handphone* kian waktu kian menjadi daya tarik bagi konsumen. Konsumen merasa diuntungkan dengan adanya perkembangan tersebut. Perkembangan ini juga diiringi dengan perkembangan *simcard* yang merupakan komponen inti pendukung komunikasi via *handphone*. Banyak operator seluler yang menawarkan kelebihan masing-masing produknya kepada konsumen. Hal ini menjadikan konsumen perlu mengambil keputusan untuk memilih dan menggunakan operator seluler yang sesuai kebutuhan dan keinginannya.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dan perilaku konsumen saat memilih dan menggunakan jasa operator IM3. Penelitian ini didisain berdasarkan hipotesa sebagai landasan pemikiran, dengan menggunakan daftar pertanyaan dalam mengumpulkan data primer. Hasil analisis regresi dari penelitian ini adalah: faktor biaya percakapan, fasilitas, luas jaringan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa operator IM3. Dan masing-masing faktor memiliki korelasi yang kuat.

Pihak perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh tersebut untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini disebabkan variabel-variabel tersebut dapat dikendalikan langsung oleh perusahaan.

Kata kunci: Pemasaran Jasa, Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.