

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
BERPENGARUH TERHADAP PERILAKU KONSUMEN  
DALAM MENGAMBILKEPUTUSAN PEMBELIAN  
KARTU TELEPON SELULER INDOSAT IM3  
PADAPELAJAR SMA NEGERI 1 GIANYAR  
DI KABUPATEN GIANYAR**

**OLEH :  
NI WAYAN NITA UTARI**

**ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the factors that influence the purchasing decision IM3 Indosat cellular phone cards (Y), which include cultural factors (X1), social (X2), personal (X3) and psychological (X4). Making the object of this research that the mobile phone card users Indosat IM3 in the students SMA Negeri 1 Gianyar. Sampling using purposive random sampling means sampling intentionally, researchers determine their own samples taken for certain considerations, the sample size of 50 people. The analysis used is multiple linear regression and data analysis performed with SPSS version 21.0 for windows. Berdasarkan results of the analysis, obtained the following regression equation:  $Y = 7,026 + 0,238X1 + 0,023X2 + 0,097X3 + 0,647X4$ . It is known that the cultural variables (X1), social (X2), personal (X3), and psychological (X4) jointly influence the purchasing decision IM3 Indosat cellular phone cards on students SMA Negeri 1 Gianyar (Y). This is evidenced by the value  $F_{hitung}$  18.779 with significance 0.000. Meanwhile  $F_{tabel}$  dengan significance value of 0.05 is equal to 2.42. From these results it can be seen that the  $F_{count} > F_{table}$  ( $18.779 > 2.42$ ). It shows that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. The independent variable (cultural, social, personal and psychological) contribute (contribute) by 62%. While the remaining 38% was contributed by other variables not analyzed in this study. Psychological factors have the most dominant influence on the purchasing decision IM3 Indosat cellular phone cards on students of SMA.*

**Keywords : Cultural, Social, Personal, Psychological, purchase decision.**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 (Y), yaitu meliputi faktor kebudayaan (X<sub>1</sub>), sosial (X<sub>2</sub>), pribadi (X<sub>3</sub>) dan psikologis (X<sub>4</sub>). Pengambilan objek penelitian ini yaitu pengguna kartu telepon seluler Indosat IM3 di pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar. Penentuan sampel menggunakan *purposive random sampling* artinya pengambilan sampel secara sengaja, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu, dengan jumlah sampel 50 orang. Analisis yang digunakan adalah regresi liner berganda dan analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS *version 21.0 for windows*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 7,026 + 0,238X_1 + 0,023X_2 + 0,097X_3 + 0,647X_4$ . Dapat diketahui bahwa variabel kebudayaan (X<sub>1</sub>), sosial (X<sub>2</sub>), pribadi (X<sub>3</sub>), dan psikologis (X<sub>4</sub>) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 18,779 dengan signifikansi 0,000. Sementara itu nilai F<sub>tabel</sub> dengan signifikansi 0,05 adalah sebesar 2,42. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> (18,779 > 2,42). Hal tersebut menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Variabel bebas (kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis) memberikan sumbangan (kontribusi) sebesar 62%. Sedangkan sisanya 38% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini. Faktor Psikologis mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri.

**Kata Kunci :** *Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan pembelian.*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu penyedia jasa layanan telekomunikasi yaitu Indosat IM3 merupakan operator seluler yang ada di Indonesia. Untuk dapat menghadapi persaingan, tidak heran jika mereka berlomba-lomba menciptakan inovasi dan berbagai keunggulan yang ditawarkan, antara lain tarif murah, bahkan juga gratis, akses internet cepat, sinyal jaringan kuat, iklan yang menarik, dan telepon kesesama operator dengan tarif yang murah, dengan harapan dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen mereka yang lama agar tidak berpindah pada operator lain.

Tabel 1.1 Daftar Pengguna Kartu Telepon Seluler di SMA Negeri 1 Gianyar Agustus 2014

No (1)	Provider Seluler (2)	Jumlah (orang) (3)	Persentase (4)
1	Indosat IM3	385	32,6
2	Telkomsel	264	22,4
3	Tri (3)	248	21,0
4	XL	244	20,7
5	Axis	36	3,0
6	Smartfren	11	0,9
Total		1178	100

Sumber : SMA Negeri 1 Gianyar

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa pengguna kartu telepon seluler pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar, mencapai sebanyak 1178 kartu dari jumlah siswa 924 siswa. Hal tersebut terjadi karena banyaknya siswa yang menggunakan kartu telepon seluler lebih dari satu kartu. Dari tabel tersebut menunjukkan pengguna kartu telepon seluler Indosat IM3 lebih tinggi dan diminati pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar. Fenomena ini terjadi karena seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian kartu telepon seluler dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dari konsumen. Peran faktor-faktor tersebut berbeda untuk produk yang berbeda. Dengan kata lain ada faktor yang dominan pada pembelian suatu produk, sementara faktor lain kurang berpengaruh.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar?
2. Apakah ada pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar ?
3. Faktor manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai proses pembelajaran dan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi serta sebagai masukan bagi perusahaan telekomunikasi tentang faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.

## **II. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teoritis**

#### **2.1.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran menurut Kotler (2005:10) adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

### **2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen menurut Kotler (2005:201) merupakan bidang ilmu yang mempelajari cara individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka.

### **2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler (2007:153) Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, sebagai berikut :

- a. Faktor Budaya seperti Kultur atau Budaya, Subkultur dan Kelas Sosial
- b. Faktor Sosial seperti Kelompok acuan, Keluarga, Peran dan Status
- c. Faktor Pribadi seperti Usia dan tahap siklus hidup, Pekerjaan, Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup, Kepribadian dan konsep diri
- d. Faktor Psikologis seperti Motivasi Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan sikap

### **2.1.4 Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2009:240), keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan.

### **2.1.5 Telepon Seluler**

Telepon seluler (ponsel), telepon genggam (telgam) atau disebut pula *handphone* (HP), merupakan perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan

jaringan telepon menggunakan kabel (*nirkabel atau wireless*).  
<http://id.wikipedia.org>, 30 Juli 2014.

### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.
3. Diduga bahwa faktor psikologis berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.

## **III. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Gianyar, dengan mengambil objek Pengguna kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.

### **3.2 Identifikasi Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari faktor kebudayaan ( $X_1$ ), sosial ( $X_2$ ), pribadi ( $X_3$ ) dan psikologis ( $X_4$ ), Sedangkan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler Indosat IM3 pada Pelajar SMA Negeri 1 Gianyar.

### **3.3 Definisi Oprasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Bebas (X) yang terdiri dari :**

1. Faktor Kebudayaan ( $X_1$ ), dengan indikator variabel yang digunakan antara lain yaitu Pergeseran/Perkembangan Budaya, Kondisi Geografis dan Kelas Sosial.

2. Faktor Sosial ( $X_2$ ), dengan indikator variabel yang digunakan antara lain yaitu Pengaruh Kelompok Acuan, Pengaruh Keluarga, Menunjukkan Peran dan Status.
3. Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dengan indikator variabel yang digunakan antara lain yaitu Usia dan Siklus Hidup, Pekerjaan, Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup dan Konsep Diri.
4. Faktor Psikologis ( $X_4$ ), dengan indikator variabel yang digunakan antara lain yaitu Motivasi, Persepsi, Pengetahuan/pembelajaran, Keyakinan dan sikap.

### **3.3.2 Variabel Terikat (Y)**

Yaitu keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar. Indikator yang digunakan antara lain yaitu Pencarian informasi, Evaluasi/penilaian alternatif, Keputusan pembelian dan Perilaku pasca pembelian.

## **3.4 Jenis Data dan Sumber Data**

### **3.4.1 Jenis Data**

- a. **Data Kuantitatif** Menurut Sugiono, (2000:13) Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau numerik, yang diperoleh dari perhitungan kuisioner yang dilakukan di SMA Negeri 1 Gianyar.
- b. **Data Kualitatif** Menurut Sugiono, (2000:13) Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kategori atau bukan angka, yaitu jawaban responden sangat memuaskan.

### **3.4.2 Sumber Data**

- a. **Data Primer** adalah informasi yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari lapangan atau sumbernya.
- b. **Data sekunder** adalah data yang berasal dari beberapa instansi seperti buku, jurnal, majalah, dan internet.

## **3.5 Pupolasi dan Metode Penentuan Sampel**

Populasi dalam penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah pengguna kartu telepon seluler Indosat IM3 pada SMA Negeri 1 Gianyar.

Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang dengan menggunakan *purposive random sampling*.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi, merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.
2. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan para responden yang merupakan pengguna kartu telepon seluler Indosat IM3 di SMA Negeri 1 Gianyar dengan menggunakan kuesioner yang telah disediakan. Serta mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait, seperti misalnya kepala sekolah atau guru SMA Negeri 1 Gianyar yang dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini.
3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden atau konsumen.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan 3 uji ketetapan yaitu uji signifikansi simultan (uji F), uji t, serta koefisien determinasi (R).

## 4.1 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. **Analisis Regresi Linier Berganda** diperoleh dengan bantuan komputer, program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) version 21,0 for windows. Rumusan hasil analisis yang diperoleh, dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut ini :

Tabel 5.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients			
		B	Std. Error	T	Sig
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)	(7)
1	(Constant)	7,026	1,639	4,288	0,000



Kebudayaan	0,238	0,170	1,400	0,168
Sosial	0,023	0,136	0,167	0,868
Pribadi	0,097	0,098	0,993	0,326
Psikologis	0,647	0,160	4,057	0,000

---

n = 50  
R = 0,788  
R<sup>2</sup> = 0,620  
F-test = 18,779

---

Sumber : Lampiran 12

Berdasarkan atas tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 7,026 + 0,238X_1 + 0,023X_2 + 0,097X_3 + 0,647X_4$$

Dimana :

7,026 : Merupakan bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis sama dengan nol (0), maka besarnya variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian produk adalah sebesar 7,026. Dengan kata lain jika variabel bebas dianggap nilainya nol (0) maka besarnya variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk adalah sebesar 7,026.

0,238 : Besarnya koefisien regresi variabel bebas kebudayaan, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 nilai variabel kebudayaan, akan meningkatkan nilai variabel terikat keputusan pembelian produk sebesar 0,238 dengan asumsi nilai variabel bebas yang lain (Sosial, Pribadi, dan Psikologis) adalah konstan.

0,023 : Besarnya koefisien regresi variabel bebas sosial, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 nilai variabel sosial, akan meningkatkan nilai variabel terikat keputusan pembelian produk sebesar 0,023 dengan asumsi nilai variabel bebas yang lain (Kebudayaan, Pribadi, dan Psikologis) adalah konstan.

0,097 : Besarnya koefisien regresi variabel bebas Pribadi, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 nilai variabel Pribadi, akan meningkatkan nilai variabel terikat keputusan pembelian produk

sebesar 0,097 dengan asumsi nilai variabel bebas yang lain (Kebudayaan, Sosial, dan Psikologis) adalah konstan.

0,647 : Besarnya koefisien regresi variabel bebas Psikologis, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 nilai variabel Psikologis, akan meningkatkan nilai variabel terikat keputusan pembelian produk sebesar 0,647 dengan asumsi nilai variabel bebas yang lain (Kebudayaan, Sosial, dan Pribadi) adalah konstan.

## **2. Analisis Determinasi**

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan (kontribusi) antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi. Karena besarnya  $r = 0,788$  maka besarnya determinasi adalah  $r^2 \times 100\%$  atau  $0,788^2 \times 100\% = 0,620\%$  atau 62%. Ini berarti variabel bebas (kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis) memberikan sumbangan (kontribusi) sebesar 62% terhadap variabel terikat (keputusan pembelian kartu IM3). Sedangkan sisanya 38% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

## **3. Analisis Pengujian Hipotesis**

### **1) Analisis Uji t-test**

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan nilai koefisien regresi secara parsial.

(1)  $X_1$  (Kebudayaan), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh sebesar 1,400 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,679 ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari pada nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  berada pada daerah penerimaan  $H_0$ . Oleh karena itu,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan tidak terbukti bahwa kebudayaan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3.

(2)  $X_2$  (Sosial), nilai  $t_{hitung}$  diperoleh sebesar 0,167 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,679 ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari pada nilai  $t_{tabel}$  dan

$t_{\text{hitung}}$  berada pada daerah penerimaan  $H_0$ . Oleh karena itu,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan tidak terbukti bahwa secara parsial sosial ( $X_2$ ) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3.

(3)  $X_3$  (Pribadi), nilai  $t_{\text{hitung}}$  diperoleh sebesar 0,993 sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,679 ternyata nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari pada nilai  $t_{\text{tabel}}$  dan  $t_{\text{hitung}}$  berada pada daerah penerimaan  $H_0$ . Oleh karena itu,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan tidak terbukti bahwa secara parsial pribadi ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3.

(4)  $X_4$  (Psikologis), nilai  $t_{\text{hitung}}$  diperoleh sebesar 4,057 sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,679 ternyata nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{\text{tabel}}$  dan  $t_{\text{hitung}}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa secara parsial psikologis ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3.

2) **Analisis Uji F-test** Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Nilai  $F_{\text{hitung}}$  diperoleh sebesar 18,779 sedangkan nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,42 ternyata nilai  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar dari pada nilai  $F_{\text{tabel}}$  dan  $F_{\text{test}}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan

terbukti bahwa kebudayaan( $X_1$ ); sosial( $X_2$ ); pribadi ( $X_3$ ) dan psikologis ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 (Y).

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar di Kabupaten Gianyar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap mengambil keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar di Kabupaten Gianyar. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 18,779 dengan signifikansi 0,000. Sementara itu nilai  $F_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05 adalah sebesar 2,42. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,779 > 2,42$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Variabel Kebudayaan( $X_1$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal ini terlihat dari  $t_{hitung}$  (1,400) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1,679) dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,168 lebih besar dari tingkat kesalahan ( $\alpha = \acute{\alpha}$ ) 0,05.
- c. Variabel Sosial ( $X_2$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal ini terlihat dari  $t_{hitung}$  (0,167) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1,679), dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,868 lebih besar dari tingkat kesalahan ( $\alpha = \acute{\alpha}$ ) 0,05.
- d. Variabel Pribadi ( $X_3$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal ini terlihat dari  $t_{hitung}$  (0,993) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1,679), dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,326 lebih besar dari tingkat kesalahan ( $\alpha = \acute{\alpha}$ ) 0,05.
- e. Variabel Psikologis ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini terlihat dari  $t_{hitung}$  (4,057) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,679), dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan ( $\alpha = \acute{\alpha}$ ) 0,05.

- f. Variabel bebas (kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis) memberikan sumbangan (kontribusi) sebesar 62%. Sedangkan sisanya 38% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.
- g. Faktor Psikologis mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap mengambil keputusan pembelian kartu telepon seluler Indosat IM3 pada pelajar SMA Negeri 1 Gianyar di Kabupaten Gianyar.
- h. Terbukti variabel psikologis paling dominan mempengaruhi pembelian kartu telepon Indosat IM3.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

- a. Oleh karena variabel bebas psikologis berpengaruh paling signifikan terhadap pembelian kartu seluler Indosat IM3. Maka pihak manajemen IM3 harus lebih memfokuskan segmen pasar, dan memahami pribadi siswa dalam kelompok usia remaja (SMA).
- b. Pihak manajemen IM3 lebih memahami sosial, budaya dan pribadi anak-anak remaja semasa SMA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2014. SMA Negeri 1 Gianyar, Tupoksi Selasa 9/9/2014
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rinika Cipta.
- Basu Swasta, & Handoko, T.Hani. 2000. *Manajemen Barang Dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Turtorial Nurani Sejahtera.
- J. Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Penerbit PT. Kencana Prenanda Media.
- Keller, dan Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Sabran Bob. Edisi tiga belas. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall*. Edisi Bahan Indonesia. Jakarta : Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi Kedua Belas)* Jilid 1, erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2000. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke Enam Belas. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Keempat. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sasangka, 2010. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi*. Cited on Wednesday, august 27th, 2014. Available at: [Empirints.undip.ac.id](http://Empirints.undip.ac.id)
- Sari, 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Pada Mahasiswa STIE Harapan Medan*. Jurnal e-maksi Harapan Vol.1 No.1-50. Cited on Saturday, august 5th, 2014. Available at [ojs-stie.harapan.ac.id](http://ojs-stie.harapan.ac.id)

Yudastri, 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler Xl Prabayar Di Kecamatan Gianyar. Jurnal Profitika*, Vol.5 No.58-65.

<http://junaidichaniago.wordpress.com>. 2010

<http://id.wikipedia.org>.(Definisi Telepon Seluler, Rabu, 30 Juli 2014)

<http://id.shvoong.com/internet-and-tchnologies>.(Kartu SIM, Rabu, 30 Juli 2014)

[www.cakram.co.id](http://www.cakram.co.id) (A-Z Rayuan telepon seluler, Rabu, 30 Juli 2014)

<http://www.umm.ac.id/id/page/041102/5/> (data-sma-dan-smk-kab-gianyar.html, Rabu, 30 Juli 2014)