

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PERPINDAHAN MEREK JASA  
LAYANAN *MOBILE BROADBAND INTERNET*  
DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

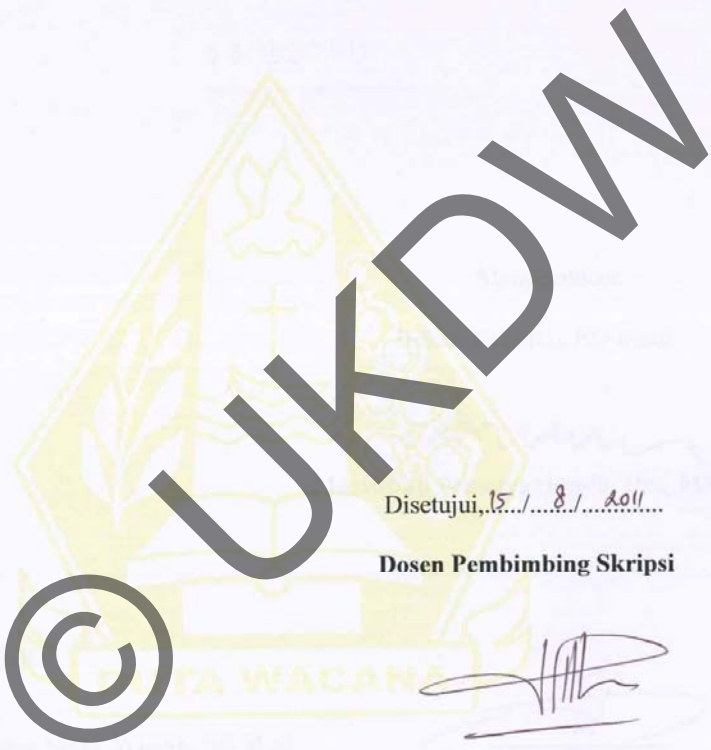


Disusun oleh :  
**CHRISTYANTO A.N**  
**11.04.4275**

**FAKULTAS BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

UPTD/RSUD KOTA WAGAN, POKJAN SURABAYA  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Kesehatan, Universitas Kristen Indonesia  
Kampus Mawadiba Widyadarmasurabaya  
Jl. ...  
Surabaya



Disetujui, 15.../...8.../...2011...

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**( Ambar Kusuma Astuti ,M.Si )**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**Pada Tanggal**

03 AUG 2011

Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ekonomi**

( Insiwijati Prasetyaningsih, Dra, MM )

Dewan Penguji:

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE,M.Si.
2. Agustini Dyah Respati, Dra, MBA.
3. Ambar Kusuma Astuti ,M.Si



## HALAMAN MOTTO

”Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh  
menghina hikmat dan didikan”

( **Amsal 1 : 7** )



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

© UKDWN

*Kupersembahkan karya tulis ini kepada :*

*Tuhan Yesus Kristus Bapa dan Rajaku,*

*Seluruh Keluarga Besar Universitas Kristen Duta Wacana,*

*sahabat-sahabatku di kota Yogyakarta,*

*keluarga besar di kota Surakarta.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Perpindahan Merek Jasa Layanan *Mobile Broadband Internet* di Kota Yogyakarta”**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia yang diberikan.
2. Keluarga Besar Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Seluruh Keluarga Besar di kota Surakarta yang telah memberikan dukungan kepada penulis
4. Ibu Ambar Kusuma Astuti ,M.Si yang telah menyediakan banyak waktu untuk memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pengajaran dan ilmu kepada penulis.
6. Sahabat – Sahabatku Harun, Fery Marbun, Tommy, Jorgen, Alfa, Boby, Redi, Indra , Ricko, Niko, Edo, Ferry Aditama, Alvin, Ony, David, Satya, Ricky Edo, Nathan, Aris, Roy, Adriel, Daniel, Andre, Adam, Putra, Victor, Yani, Samuel, Yusak, Ady, Andreas, Hendry, Jimmy, Juanda, Ike, Lusi, Welmi, Tiur, Anne, Sonya, Merry, Tias, Vica, Nicka, Maria, Agnes, dan sahabat-sahabat yang lain yang tidak tertulis.

7. Teman-teman angkatan 2004, semua yang tidak tertulis, dan semua yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Semoga dalam keterbatasannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 07 Juli 2011

Penulis,

( Christyanto A.N )



UKDW

# **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Perpindahan Merek Jasa Layanan *Mobile Broadband Internet* di Kota Yogyakarta**

## **ABSTRAK**

Kehadiran dan pertumbuhan teknologi internet telah menjadi salah satu fenomena sosial yang paling menarik perhatian saat ini. Internet secara revolusioner telah mengubah metode komunikasi massa dan penyebaran data atau informasi, dan terbukti sebagai salah satu media yang paling fleksibel, yang dengan mudah dapat mengintegrasikan seluruh bentuk media massa konvensional seperti media cetak dan audio visual. Dengan banyaknya merek Layanan *Mobile Broadband Internet* yang ada serta tingginya tingkat persaingan antar provider layanan internet pada saat ini, telah menimbulkan adanya fenomena perpindahan jasa layanan internet oleh konsumen yang menimbulkan biaya yang cukup besar bagi para provider internet untuk terus memperbaiki kualitas layanan mereka agar dapat mempertahankan konsumen mereka

Atas dasar ini dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah faktor Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap Perpindahan Merek jasa layanan *mobile broadband internet*. Dalam penelitian ini dapat diarahkan dengan mengambil judul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PERPINDAHAN MEREK JASA LAYANAN *MOBILE BROADBAND INTERNET* DI KOTA YOGYAKARTA “.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap Perpindahan Merek jasa layanan *mobile broadband internet*

Untuk membuktikan hipotesis yang ada pada penelitian ini, maka digunakan alat analisis presentase dan alat regresi linier berganda. Analisis presentase berguna untuk mengetahui karakteristik responden. Alat analisis regresi linier berganda berguna untuk mengetahui hubungan pengaruh apakah faktor Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap Perpindahan Merek

Hasil dari penelitian menunjukkan pengaruh faktor Ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek terbukti. Pengaruh faktor Karakteristik Kategori Produk terhadap perpindahan merek terbukti. Pengaruh faktor Kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek tidak terbukti.

**Kata kunci :** *Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Kebutuhan mencari variasi, Perpindahan Merek, Mobile Broadband Internet, regresi linier, Presentase.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Jasa.....	6
2.3 Perilaku Konsumen.....	6
2.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	7
2.5 Pengertian Brand ( Merek ).....	9
2.6 Kegunaan Merek.....	10
2.7 <i>Brand Awareness</i> .....	11

2.8	<i>Brand Equity</i> ( Ekuitas Merek ).....	12
2.9	<i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek ).....	13
2.10	Tingkatan dari <i>Brand Loyalty</i> .....	14
2.11	<i>Brand Switching</i> ( Perpindahan Merek ).....	16
	2.11.1 Ketidakpuasan Konsumen.....	17
	2.11.2 Karakteristik Kategori Produk.....	18
	2.11.3 Kebutuhan Mencari Variasi.....	19
2.12	Model Penelitian.....	20

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1	Data.....	23
3.2	Pengumpulan Data.....	24
	3.2.1 Populasi dan Sampel.....	24
	3.2.2 Teknik pengambilan Sampel.....	24
3.3	Metode Analisis Data.....	25
	3.3.1 Uji Validitas.....	25
	3.3.2 Uji Reliabilitas.....	25
	3.3.3 Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel.....	26
	3.3.4 Analisis Presentase.....	28
	3.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
	3.3.6 Uji Hipotesis.....	30

### **BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Penjelasan Penelitian.....	34
4.2	Pengujian instrument penelitian.....	34
	4.2.1 Uji Validitas.....	35
	4.2.2 Uji Reliabilitas.....	37

4.3	Analisis Data.....	37
4.3.1	Analisis Presentase.....	38
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.3.3	Uji F.....	44
4.3.4	Uji t.....	46
4.3.5	Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.4	Pembahasan.....	50
 <b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Keterbatasan.....	53
5.3	Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>57</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil perhitungan validitas.....	36
Tabel 4.2	Hasil perhitungan uji reliabilitas.....	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Jasa Layanan <i>Mobile Broadband Internet</i> terakhir yang digunakan.....	40
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Jasa Layanan <i>Mobile Broadband Internet</i> yang digunakan sebelumnya.....	41
Tabel 4.7	Hasil Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.8	Hasil Uji F.....	44
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Determinasi.....	49



UKDW

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Loyalitas.....	16
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	20

© UKDW

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran dan pertumbuhan teknologi internet telah menjadi salah satu fenomena sosial yang paling menarik perhatian saat ini. Kini semakin banyak orang yang memanfaatkan internet untuk bermacam-macam kebutuhan. Internet secara revolusioner telah mengubah metode komunikasi massa dan penyebaran data atau informasi, dan terbukti sebagai salah satu media yang paling fleksibel, yang dengan mudah dapat mengintegrasikan seluruh bentuk media massa konvensional seperti media cetak dan audio visual.

Jenis layanan internet dapat digolongkan menjadi beberapa jenis layanan, yaitu :

1. Layanan Internet *Dial – Up*

Layanan Internet *Dial – Up* adalah layanan internet yang menggunakan jaringan telepon analog dengan menggunakan modem dial – up. Kecepatan layanan internet ini mencapai 56 kbps ( *kilo bit per second* ).

2. Layanan Internet DSL ( *Digital Subscriber Line* )

Merupakan layanan internet yang menggunakan jaringan kabel HFC ( *Hybrid Fiber-Coaxial Cable* ) yang mempunyai kecepatan antara 768 kbps sampai dengan 20 Mbps.

3. Layanan Internet *Mobile Broadband Internet*

Merupakan layanan internet melalui jaringan *wireless 3G* ( *Third Generation* ) dari operator telekomunikasi baik GSM yang menggunakan teknologi HSDPA ( *High-Speed Downlink Packet Access* ) dan CDMA yang menggunakan teknologi EVDO ( *Evolution-Data Optimized* ) yang mempunyai kecepatan lebih dari 1 Mbps.

Jenis layanan internet yang akan diteliti meliputi layanan *mobile broadband internet* dari berbagai operator telekomunikasi baik GSM maupun CDMA. Keseluruhan jenis layanan internet tersebut mempunyai berbagai kelebihan dan kekurangan antara lain dalam kecepatan transfer data, jangkauan layanan, serta tarif layanan yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai kontribusi yang besar terhadap aspek-aspek penting dalam perusahaan. Pelanggan mempunyai pilihan, jika mereka tidak puas atau tidak menyukai apa yang ditawarkan perusahaan, mereka dapat pergi atau beralih ke produk lain. Perusahaan harus mewaspadaikan tingkat kepuasan yang cukup, karena dengan semakin menurunnya kepuasan konsumen, maka keinginan konsumen untuk berpindah merek akan semakin tinggi (Amala Sholicha, 2008).

Dengan banyaknya jenis layanan internet yang ada serta tingginya tingkat persaingan antar provider layanan internet pada saat ini, telah menimbulkan adanya fenomena perpindahan jasa layanan internet oleh konsumen yang menimbulkan biaya yang cukup besar bagi para provider internet untuk terus memperbaiki kualitas layanan mereka agar dapat mempertahankan konsumen mereka dengan melakukan berbagai inovasi-inovasi antara lain peningkatan kecepatan akses data, perluasan jaringan, serta kemudahan dalam pelayanan konsumen.

Selain menimbulkan biaya yang cukup besar bagi provider, perpindahan merek layanan internet juga menimbulkan biaya bagi konsumen, antara lain biaya berlangganan, biaya pergantian peralatan seperti modem dan sebagainya. Oleh karena itu, maka perlu adanya sebuah penelitian mengenai fenomena perpindahan merek layanan internet yang bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang berpengaruh dalam perpindahan merek tersebut. Hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi provider layanan mobile internet untuk dapat lebih lagi meningkatkan kualitas layanan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya-biaya yang dihasilkan karena adanya perpindahan merek oleh konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. Obyek dalam penelitian ini adalah produk jasa layanan internet yang disediakan oleh provider layanan *mobile broadband internet*.

Srinivasan dan Grover (1996) menyatakan bahwa perilaku perpindahan merek merupakan suatu fenomena yang kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor behavioral, persaingan dan waktu, dimana perilaku perpindahan merek adalah perilaku pembelian suatu produk dengan merek yang berbeda dari merek favorit yang biasa dibeli oleh konsumen.

Ketidakpuasan konsumen dipilih sebagai salah satu faktor dalam penelitian ini karena ketidakpuasan konsumen merupakan faktor utama yang seringkali menimbulkan adanya fenomena perpindahan merek. Sedangkan karakteristik kategori produk dipilih sebagai salah satu faktor dalam penelitian ini karena perbedaan karakteristik kategori produk seringkali menimbulkan keinginan di dalam benak konsumen untuk mencoba merek yang baru, walaupun konsumen tidak mengalami suatu ketidakpuasan terhadap merek yang dipakai. Faktor kebutuhan variasi dipilih sebagai salah satu faktor dalam penelitian ini karena adanya sebagian konsumen yang mempunyai keinginan untuk melakukan variasi penggunaan produk dengan merek yang berbeda walaupun konsumen tidak mengalami suatu ketidakpuasan terhadap merek yang dipakai.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi perpindahan merek layanan *mobile broadband internet* oleh konsumen dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Perpindahan Merek Jasa Layanan *Mobile Broadband Internet* di Kota Yogyakarta”**.



## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara faktor ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di Kota Yogyakarta ?
2. Dari ketiga faktor tersebut, faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di Kota Yogyakarta ?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Responden yang diteliti adalah konsumen jasa layanan internet yang pernah melakukan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di Kota Yogyakarta.
2. Responden yang diambil sebanyak 100 orang.
3. Penelitian dilakukan terhadap masyarakat umum yang berada di Kota Yogyakarta.
4. Jasa layanan internet yang diteliti adalah layanan *mobile broadband internet*.
5. Variasi ketidakpuasan konsumen dalam penelitian ini sangat kompleks, peneliti hanya meneliti pengaruhnya terhadap perpindahan merek. Peneliti dalam hal ini tidak meneliti penyebab dari ketidakpuasan itu sendiri.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara faktor ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di Kota Yogyakarta

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti  
Penelitian ini dilakukan sebagai penerapan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan untuk memperkaya keterampilan peneliti dalam menganalisis suatu masalah.
2. Bagi Pembaca  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, informasi, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau perbandingan, terutama untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
3. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan provider layanan *mobile broadband internet* untuk perancangan dan penerapan strategi bisnis serta kualitas layanan yang lebih baik guna meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap produknya dan sekaligus mampu meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di kota Yogyakarta.
2. Faktor karakteristik kategori produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan jasa layanan *mobile broadband internet* di kota Yogyakarta.
3. Faktor kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan jasa layanan *mobile broadband internet* di kota Yogyakarta.
4. Faktor ketidakpuasan konsumen merupakan faktor yang lebih berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan dibandingkan dengan faktor karakteristik kategori produk dan faktor kebutuhan mencari variasi.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Variasi ketidakpuasan konsumen dalam penelitian ini sangat kompleks, peneliti hanya meneliti pengaruhnya terhadap perpindahan merek. Peneliti dalam hal ini tidak meneliti penyebab dari ketidakpuasan itu sendiri.
2. Wilayah penelitian yang dilakukan hanya terbatas pada wilayah kota Yogyakarta.

## 5.3 Saran

1. Faktor ketidakpuasan konsumen merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di kota Yogyakarta, oleh karena itu diharapkan para penyedia jasa layanan *mobile broadband internet* dapat memberikan perhatian lebih terhadap tingkat kepuasan pelanggan .
2. Faktor karakteristik kategori produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek jasa layanan *mobile broadband internet* di kota Yogyakarta, okeh karena itu diharapkan para penyedia jasa layanan *mobile broadband internet* dapat memberikan suatu produk jasa layanan *mobile broadband internet* yang mempunyai karakteristik kategori produk yang berbeda dari kompetitornya agar dapat menarik minat konsumen untuk memakai jasa layanannya.

3. Bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini, diharapkan untuk dapat mengembangkan variable *independent* yang diteliti dikarenakan berdasarkan uji koefisien determinasi didapatkan variabilitas variabel *dependent* yaitu keputusan perpindahan merek yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel *independent* yaitu ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi sebesar 21,8% sedangkan sisanya sebesar 78,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi penelitian ini.

© UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David.A (1991), *Managing Brand Equity: capitalizing on the value of a brand name*, New York : The Free Press.

Arnold, Reynolds. 2000. Understanding the customer base of service providers: A examination of the differences between switchers and stayers. *Journal of Marketing*, 64(3), 65 - 87.

Gujarati, Damodar, (2009),*Dasar-Dasar Ekonometrika Ji* ,Jakarta : Penerbit Erlangga.

Hartman, Frank G.H.1999. *Testing contingency hypotheses in budgetary research: an evaluation of the use of moderated regression analysis*,Pergamon Accounting, Organizations and Society (24). p 291-315.

Junaidi, Shellyana dan Dharmmesta, Basu Swastha.2002.Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek,91-104.

Keller, Kevin Lane (1998), *Strategic Brand Management : building,measuring, and managing brand equity*,New Jersey : Prentice Hall.

Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran*,Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip and G. Amstrong, (2008), *Principle of marketing*, Upper-Saddle River : Pearson Prentice Hall.

Kurose, James F (2008), *Computer Networking : A top – Down Approach*, Boston :Pearson Education.

Rahman,Shohebur.2008.Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) Kartu Seluler Indosat (studi pada mahasiswa SI Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang) Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Negeri Malang.

Siagian, Dergibson. (2000). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT. Gramedia.

Sigit, Soehadi, (1999), *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-manajemen*, Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sarjana Wiyata.

Wibisono, Gunawan, (2008), *Mobile Broadband: Tren Teknologi Wireless Saat ini dan Masa Datang*, Bandung : Penerbit Informatika.

© UKDW