

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *behavioral intention* konsumen *simcard* GSM kartu prabayar merek XL atau IM3 di Surabaya. Selain itu juga untuk mencermati konsekuensi dari atribut-atribut yang ada pada produk *simcard* GSM kartu prabayar merek XL atau IM3 serta pandangan kelompok acuan yang menyarankan untuk membeli dan tetap menggunakan kembali produk *simcard* GSM kartu prabayar merek XL atau IM3.

Data Penelitian ini menguji perbedaan *behavioral intention* konsumen *simcard* GSM kartu prabayar merek XL atau IM3 di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif konklusif dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Variabel yang digunakan adalah variabel sikap dan variabel norma subyektif. Variabel sikap terdiri dari tarif telepon yang murah, tarif SMS yang murah, jangkauan daerah yang luas, kejernihan suara, tarif internet yang murah, akses internet yang cepat dan banyaknya promosi yang ditawarkan. Variabel norma subyektif terdiri dari teman dan keluarga. Pengujian ini dilakukan dengan membagi sampel menjadi dua kelompok, yaitu kelompok yang membeli dan tetap menggunakan kembali *simcard* GSM kartu prabayar merek XL dan kelompok yang membeli dan tetap menggunakan kembali *simcard* GSM kartu prabayar merek IM3. Pengolahan data yang digunakan adalah melalui pendekatan *Fisbein's Behavioral Intention Model*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden.

Dari hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa ada perbedaan *behavioral intention* konsumen *simcard* GSM kartu prabayar merek XL atau IM3 di Surabaya.

Kata kunci: sikap, norma subyektif, *behavioral intention*, XL, IM3.

## **ABSTRACT**

*This research aims to identify and analyze the different in consumer's behavioral intention between GSM prepaid simcard XL or IM3 in Surabaya. In addition, to examine the consequences of the attributes that exist in products branded prepaid sim card GSM XL or IM3 ; and view of reference group advised to buy products and keep reusing GSM prepaid simcard XL or IM3.*

*The research examines the behavioral intention difference in consumer's between GSM prepaid simcard XL or IM3 in Surabaya. The type of research to complete the study is conclusive-descriptive with non probability sampling method through a convenience sampling type. Variables used Attitude variable and subjective norms variable. Attitude variables consists of cheap phone rates, cheap SMS rates, broad range of areas, clarity of voice, low internet rates, fast internet access and the number of promotion offered. Subjective norms variable consists of friends and families. The test is performed by dividing the sample into two groups i.e. the group who buy and keep reusing GSM prepaid simcard XL; and the group who buy and keep GSM prepaid simcard IM3. The data is processed by Fisbein's Behavioral Intention Model. The number of samples in this study are 200 respondents*

*Results of this study can be demonstrated that there is the difference in consumer's behavioral intention GSM prepaid simcard XL or IM3 in Surabaya.*

*Keywords: attitudes, subjective norms, behavioral intention, XL, IM3.*