

## ABSTRAK

Afrilia, Rizki Mutiara. 2021. *Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Teman Sebaya Terhadap Sikap Konsumen Menggunakan Kartu Provider pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing: (1) Dr.Kuswanto, S.Pd.,M.Si, (2) Iwan Putra, S.E.,M.S.Ak

Sikap positif konsumen dapat dilihat ketika konsumen cenderung mendekati produk dan menyukai produk tersebut dan dia bertahan dengan produk tersebut, dan sebaliknya sikap negatif konsumen yaitu ketika konsumen menjauhi produk tersebut atau beralih kepada produk lain . Pada konsumen kartu provider mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi angkatan 2017 dan 2018 berdasarkan observasi yang dilakukan ditemukan bahwa adanya sikap yang kurang positif yang terbentuk pada mahasiswa yakni dilihat sebagian besar mahasiswa pernah dan sering berganti/ beralih kepada provider lain hanya sebanyak 21,4% mahasiswa yang bersikap positif dengan tidak beralih kepada provider lain dan tetap bertahan dengan provider yang ia gunakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen dan sikap konsumen terhadap sikap konsumen menggunakan kartu provider pada mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan metode *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan angkata 2017 dan 2018. Teknik pengumpulan data menggunakan *google form*. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitan menunjukkan variabel ipengalaman konsumen berpengaruh secara parsial terhadap sikap konsumen hal dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $7,514 > 1,66$ . Varibael teman sebaya berpengaruh secara parsial terhadap sikap konsumen dengan dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,464, > 1,66$ . Pengalaman konsumen dan teman sebaya secara simultan berpengaruh terhadap sikap konsumen dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,093 > 3,1$  ) dan nilai Koefiisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,503 atau 50,3%.

Berdasarkan hasil penelitian diatas disimpulkan bahwa Pengalaman Konsumen dan Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen menggunakan kartu provider pada mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi. Disarankan pada konsumen agar dapat lebih cermat dalam menentukan sikap terhadap suatu produk dengan memperhatikan pengalaman ketika menggunakan provider dan lingkungan sosial sekitar termasuk teman sebaya dalam menentukan sikap dan hendaknya konsumen memiliki informasi yang tinggi serta mengikuti perkembangan pasar agar lebih mengetahui kualitas produk sehingga dapat menentukan sikap pada produk. Kepada produsen disarankan untuk selalu meningkatkan kualitas layanan jasa internetnya agar selalu dapat mempertahankan sikap positif dari konsumen.