

ABSTRACT

Blackberry is a mobile device that has the ability to push e-mail, telephone, text messaging, surfing the Internet, messenger (BlackBerry Messenger / BBM), and various other wireless capabilities. Taking into account cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors in consumer behavior are found linkage of various factors that affect consumer interest in using the Blackberry. The results of the analysis using SPSS version 17.0 shows that there are linkages between cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors on consumer interest in using mobile phone Blackberry. The conclusion is that the decision to use Blackberry influenced by lifestyle and socially in the environment that requires people to follow it for the sake of ease in socializing and search a variety of information facilitated through features and applications contained on the Blackberry.

Keywords : Blackberry, cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors

ABSTRAK

Blackberry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, *sms*, menjelajah internet, *messenger (Blackberry Messenger/BBM)*, dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Dengan mempertimbangkan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dalam perilaku konsumen ditemukan keterkaitan berbagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *Blackberry*. Hasil analisis menggunakan SPSS versi 17.0 menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap minat konsumen dalam menggunakan *handphone Blackberry*. Kesimpulannya adalah bahwa keputusan menggunakan *Blackberry* dipengaruhi oleh gaya hidup dan pergaulan di lingkungan sekitar yang menuntut seseorang untuk mengikutinya demi kemudahan dalam bersosialisasi dan pencarian berbagai informasi yang diper mudah melalui fitur dan aplikasi yang terdapat di dalam *Blackberry*.

Kata kunci : *Blackberry*, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
SURAT MENYATAKAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	9

2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	19
3.1.1 Populasi	19
3.1.2 Sampel.....	19
3.1.3 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	21
3.2.1 Variabel Bebas.....	21
3.2.2 Variabel Terikat.....	22
3.2.3 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3 Pengukuran Variabel.....	24
3.4 Jenis Data	24
3.4.1 Data Primer.....	24
3.4.2 Data Sekunder.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
3.6.1.1 Validitas.....	25
3.6.1.2 Reliabilitas.....	26
3.6.2 Metode Analisis Deskriptif.....	26
3.6.2.1 Teknik Analisis Dekripsi.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden.....	28
4.2 Analisis Data.....	28
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
4.2.1.1 Validitas.....	28
4.2.1.2 Reliabilitas	30
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	31
4.3.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	31
4.3.2 Deskripsi Umur.....	32
4.3.3 Deskripsi Pendidikan	34
4.3.4 Deskripsi Pengguna Blackberry	34
4.3.5 Deskripsi Faktor Budaya.....	35
4.3.6 Deskripsi Faktor Sosial	39
4.3.7 Deskripsi Faktor Pribadi.....	43
4.3.8 Deskripsi Faktor Psikologis.....	47

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	52
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	54
5.3 Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 <i>Market Share</i> dan Penjualan <i>Handphone</i> di Dunia Tahun 2010 – 2011	2
Gambar 2 Kepemilikan <i>Handphone</i> dalam 5 Tahun	3
Gambar 3 Penjualan <i>Blackberry</i> Tahun 2009 – 2011	5
Gambar 4 Model Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
Gambar 6 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 7 Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 2 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3 Uji Reliabilitas	30
Tabel 4 Deskripsi Jenis Kelamin	31
Tabel 5 Deskripsi Umur.....	32
Tabel 6 Deskripsi Pendidikan.....	34
Tabel 7 Deskripsi Pengguna Blackberry.....	34
Tabel 8 Indikator Pertanyaan B1	35
Tabel 9 Indikator Pertanyaan B2	37
Tabel 10 Indikator Pertanyaan B3	38
Tabel 11 Indikator Pertanyaan S1	39
Tabel 12 Indikator Pertanyaan S2	41
Tabel 13 Indikator Pertanyaan S3	42
Tabel 14 Indikator Pertanyaan P1	43
Tabel 15 Indikator Pertanyaan P2	44
Tabel 16 Indikator Pertanyaan P3	45

Tabel 17 Indikator Pertanyaan Ps1	47
Tabel 18 Indikator Pertanyaan Ps2	48
Tabel 19 Indikator Pertanyaan Ps3	49
Tabel 20 Indikator Pertanyaan Ps4	51