
ABSTRAK

Saat ini kemajuan teknologi berkembang dengan sangat pesat. Sejalan dengan hal itu, tingkat kebutuhan masyarakat terhadap teknologi pun semakin tinggi. Dengan adanya tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap teknologi, berdampak pada semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini.

Penelitian ini mengambil tema mengenai “pengaruh kinerja atribut produk *notebook Axioo* terhadap keputusan pembelian konsumen”. Dimana yang menjadi identifikasi masalah adalah seberapa besar pengaruh tingkat kinerja atribut *notebook Axioo* (tingkat daya tahan baterai, tingkat ketahanan perangkat keras, tingkat kecepatan perangkat lunak, tingkat kemajuan teknologi, tingkat banyaknya variasi aksesoris, tingkat manfaat fitur, tingkat keindahan dan kenyamanan, tingkat keringanan *notebook*, tingkat tebal dan panjang *notebook*) terhadap tingkat keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan penjelasan yang bersifat deskriptif analisis dan verifikatif, adalah metode yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat variabel yang diselidiki. Dengan variabel bebas (X) adalah kinerja atribut *notebook Axioo* dan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner, dengan total responden berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak atau *random sampling*.

Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan yang positif dan sangat mempengaruhi antara kinerja atribut produk *notebook Axioo* dengan keputusan pembelian hanya sebesar 7,2% sedangkan sisanya 92,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : kualitas, fitur, gaya dan desain, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Today, the technology advancement has grow so fast. Along with it, people's necessities towards technology become even higher. With higher necessities level towards technology, it has an impact on higher competition in gaining market share nowadays.

This research take the theme about "The Influence of Notebook Axioo Attributional Product Work Towards The Consumer's Purchasing decision". Where the problem indification is how big did the working attribute level of Axioo notebook (battery's dur ability level, hardware durability level, software speed level, technology advancement level, accessory variability level, feature usage level, beauty and comfort level, notebook light weight level, notebook thickness and length level) towards the purchasi ng decision.

Survey method is used as a research method with descriptive analysis and verificative explanation, is the method that gives sistematic, factual, and accurate portrayal about variable's fact and characters. That is being analyzed with free vari able (X) is the working attribute of Axioo notebook and bound variable (Y) as the consumer's purchasing decision. Primary data collecting was done by questionnaire, with total respondent 100 people. Sample taking technique was done randomly or random sampl ing.

The statistic analysis result shows positive correlation that influences product attributional work of Axioo notebook with purchasing decision about 7,2% while the other 92,8% was influenced by other factor.

Key words : Quality, Features, Style and Design, and Purchasing Decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
LAMPIRAN.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Maksud Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pengertian pemasaran	6
2.1.2 Bauran pemasaran	7
2.1.2.1 Produk	8
2.1.2.1.1 Tingkatan Produk	9

2.1.2.1.2 Hierarki Produk	10
2.1.2.1.3 Klasifikasi Produk	11
2.1.2.1.4 Bauran Produk	17
2.1.2.1.5 Variabel-Variabel Diferensiasi Produk	18
2.1.2.1.7 Atribut Produk	21
2.1.2.1.8 Siklus Hidup Produk	24
2.1.2.2 Harga	26
2.1.2.3 Tempat	27
2.1.2.4 Promosi	28
2.1.3 Menganalisis Pasar Konsumen	29
2.1.3.1 Konsep Keputusan Konsumen	29
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	31
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian: Model Lima Tahap	43
2.1.4 Hubungan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	49
2.2 Kerangka Pemikiran	50
2.3 Pengembangan Hipotesis	51

BAB III. OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	52
3.2.1 Jenis dan Sifat Metode Penelitian	52
3.2.2 Jenis Data	53
3.2.3 Definisi Operasional Variabel	53
3.3 Populasi dan Sampel	58
3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	58

3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.5. Alat Analisis	62
3.5.1 Metode Analisis Data	62
3.5.2 Uji Validitas	63
3.5.3 Uji Reliabilitas	64
3.5.4 Teknik Pengolahan Data	64

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Karakteristik Responden	69
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Profesi	72
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	74
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Notebook Axioo	76
4.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan. ... 77	
4.2 Pembahasan	78
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Kinerja Atribut Produk pada Notebook Axioo	79
4.2.1.1 Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Produk	79
4.2.1.2 Pernyataan Responden Mengenai Features	83
4.2.1.3 Pernyataan Responden Mengenai Gaya dan Desain	87
4.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	92

4.2.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Pemilihan Produk	93
4.2.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Pemilihan Merek	94
4.2.2.3 Pernyataan Responden Mengenai Waktu Pembelian	95
4.2.2.4 Pernyataan Responden Mengenai Pemasok	97
4.2.3 Analisis Validitas dan Reliabilitas	98
4.2.3.1 Hasil Uji Validitas	98
4.2.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	101
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	102
4.2.5 Analisis Akhir Pengaruh Kinerja Atribut Produk Terhadap Keputusan pembelian	106
4.3 Implikasi Manajerial	108

BAB V. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	110
5.2 Keterbatasan dan Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Laptop Berdasarkan Brand Share	2
Tabel 3.1 Devinisi Operaşional Variabel	54
Tabel 3.2 Pembootan skala Likert	65
Tabel 4.1 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis kelamin	70
Tabel 4.2 Karakteristik responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Profesi	72
Tabel 4.4 Karakteristik responden Berdasarkan Pengeluaran	74
Tabel 4.5 Karakteristik responden Berdasarkan Tipe Notebook Axioo	76
Tabel 4.6 Karakteristik responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan notebook Axioo.....	77
Tabel 4.7 Tingkat daya Tahan Baterai	79
Tabel 4.8 Tingkat Ketahanan Perangkat Keras	81
Tabel 4.9 Tingkat Kecepatan	82
Tabel 4.10 Tingkat Kemajuan Teknologi	84
Tabel 4.11 Banyaknya Variasi Aksesoris.....	85
Tabel 4.12 Tingkat Manfaat Fitur	86
Tabel 4.13 Tingkat Keindahan Dan Kenyamanan	88
Tabel 4.14 Tingkat Keringanan	89
Tabel 4.15 Tingkat Ukuran.....	91
Tabel 4.16 Tingkat pembelian Berdasarkan Bentuk Produk.....	93
Tabel 4.17 Tingkat Pembelian Berdasarkan Merek.....	94

Tabel 4.18 Tingkat Pemvelian Berdasarkan Waktu.	96
Tabel 4.19 Tingkat Ketersediaan Produk	97
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Atribut Produk	99
Tabel 4.21 Hasil Perhitingan Validitas Variabel Keputusan Pembelian	100
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Atribut Produk Dan Keputusan Pembelian	101
Tabel 4.23 Tingkat Signifikansi Kinerja Atribut Produk	103
Tabel 4.24 Tingkat Pengaruh (Koefisien Determinasi) Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Siklus Hidup Produk	26
Gambar 2.2 Gambar Model Perilaku Konsumen	41
Gambar 2.3 Gambar Model Proses Pembelian lima Tahap	43
Gambar 2.4 Gambar Langkah-Langkah Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan pembelian	46
Gambar 2.5 Gambar Kerangka Pemikiran	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	118
Lampiran 2 Hasil Karakteristik Responden.....	124
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji reliabilitas.....	127
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier dan Uji Koefisien Determinasi.....	129
Lampiran 5 Gambar Produk Axioo.....	130
Lampiran 6 Surat Pernyataan.....	133