

ABSTRACT

In today's era of globalization, changes occur in various aspects of life, including economic aspects. Of these circumstances all parties affected, especially the business world. Telecommunications development also applies in such growth, which early in the development of telecommunications, the tool used is a cable telephone, then evolved into a mobile phone owned by individuals, then started a new era in which the development of mobile phones to a smartphone.

*This thesis is titled *The Influence Of Purchasing Decisions Toward Product Attributes On BlackBerry Smartphone At The Faculty Of Economics, Department of Management Maranatha Christian University*. The purpose of this study was to determine whether there is influence between product attributes toward purchase decision on BlackBerry Smartphone at students of The Faculty of Economics, Department of Management Maranatha Christian University.*

This study has two variables, namely, Product Attributes as independent variable, while the dependent variable is the purchase decision. The study population was all students of The Faculty of Economics, Department of Management Maranatha Christian University.

Keywords: Attributes Product, Purchase Decision.

ABSTRAK

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, perubahan-perubahan terjadi pada beragam aspek kehidupan, termasuk aspek ekonomi. Dari keadaan ini semua pihak terkena dampaknya, terutama dunia usaha. Perkembangan telekomunikasi juga berlaku sedemikian pesat, dimana pada awal perkembangan telekomunikasi, alat yang digunakan adalah telepon kabel rumahan, kemudian berkembang ke telepon genggam yang dimiliki oleh perorangan, setelah itu era baru dimulai dimana perkembangan telepon genggam menjadi *smartphone*.

Skripsi ini berjudul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* BlackBerry Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian atas *Smartphone* BlackBerry pada mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu, variabel bebas Atribut Produk, sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Kata Kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	 7
2.1. Pengertian dan Tujuan Pemasaran.....	7

2.2. Bauran Pemasaran.....	9
2.2.1. Produk.....	10
2.2.2. Atribut Produk.....	11
2.2.3. Lingkupan Atribut Produk.....	15
2.3. Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2. Proses Terjadinya Keputusan Pembelian.....	19
2.4. Kerangka Pemikiran.....	23
2.5. Hipotesis Penelitian	25
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 26
3.1. Objek Penelitian.....	26
3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	26
3.3. Populasi Dan Sampel.....	27
3.3.1. Populasi.....	27
3.3.2. Sampel.....	27
3.4. Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1. Prosedur Pengumpulan Data.....	29
3.5.2. Skala Pengukuran.....	29
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	33
3.7.2. Kualitatif.....	34

3.7.3. Kuantitatif.....	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 36
4.1. Karakteristik Responden.....	36
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Manajemen....	38
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	39
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernahnya Membeli <i>Smartphone</i> BlackBerry.....	40
4.2. Pernyataan Responden Mengenai Faktor-Faktor Atribut Produk....	40
4.2.1. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 1....	41
4.2.2. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 2....	42
4.2.3. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 3....	42
4.2.4. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 4....	43
4.2.5. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 5....	44
4.2.6. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 6....	45
4.2.7. Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 7....	46
4.3. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.3.1. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1....	47

4.3.2. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	48
4.3.3. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....	49
4.3.4. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....	50
4.3.5. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 5.....	51
4.3.6. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 6.....	52
4.3.7. Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 7.....	53
4.4. Uji Instrumen.....	54
4.4.1. Uji Validitas.....	54
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	56
4.5. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tahapan Proses Proses Terjadinya Keputusan Pembelian....	20
Gambar 2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	23

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Skala Likert.....	30
Tabel II Operasional Variabel.....	31
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Manajemen..	38
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	39
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pernahnya Membeli <i>Smartphone</i> BlackBerry.....	40
Tabel VIII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 1...	41
Tabel IX Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 2...	42
Tabel X Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 3...	43
Tabel XI Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 4...	44
Tabel XII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 5...	45
Tabel XIII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 6...	46
Tabel XIV Pernyataan Responden Terhadap Faktor Atribut Produk 7...	47

Tabel XV	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1...	48
Tabel XVI	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2...	49
Tabel XVII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3...	50
Tabel XVIII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4...	51
Tabel XIX	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 5...	52
Tabel XX	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 6...	53
Tabel XXI	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 7...	54
Tabel XXII	Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel XXIII	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel XXIV	Hasil Uji Regresi 1.....	58
Tabel XXV	Hasil Uji Regresi 2.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	64
Lampiran B Skor Mentah.....	69
Lampiran C Hasil Pengolahan Data SPSS.....	77