

ABSTRAK

Fransiskus Bennardo Sophian, 2009 “ Pengaruh Kinerja Atribut Produk Blackberry Terhadap Kepuasan Konsumennya.”, di bawah bimbingan Agus Aribowo, S.E.,MM.

Dari penelitian diketahui besarnya koefisien determinasi sebesar 58.2% yang artinya 58.2% dari tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kinerja atribut produk, sisanya 42.8% mempunyai arti bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Pengaruh kinerja atribut produk Blackberry terhadap kepuasan konsumennya meliputi 3 elemen yang harus diperhatikan, diantaranya yaitu: elemen kualitas produk, elemen desain produk, serta elemen harga. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian statistic deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah individual yaitu para pengguna produk Blackberry. Dilihat dari waktu pengumpulan datanya (*time horizon*) penelitian ini bersifat cross section.

Kata Kunci: Kinerja Atribut Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Fransiskus Bennardo Sophian, 2009 "The Performance Product Attributes Blackberry satisfaction of customers.", Under the guidance Aribowo Agus, S.E., MM.

From the known size of the research determination coefficient of 58.2% which means that 58.2% of the level of consumer satisfaction is influenced by the performance attributes of products, the remaining 42.8% have a sense that the level of consumer satisfaction is influenced by other variables. The influence of the performance attributes of the Blackberry product satisfaction customers include 3 elements that must be observed, among which are: elements of the product quality, product design elements, and elements of the price. Method of research is that the author used descriptive method and verifikatif, this type of research is a descriptive type of statistical research. Unit analysis of this research is that the individual user's Blackberry product. View from the data collection time (time horizon) of this research is a cross section.

Keywords: Attribute Performance Products, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran.....	12
1.6 Hipotesis Penelitian.....	15

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	16
2.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.3 Bauran Pemasaran.....	21
2.3.1 Harga (<i>Price</i>).....	21
2.3.2 Tempat (<i>Place</i>).....	22
2.3.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	23
2.3.4 Produk (<i>Product</i>).....	23
2.3.4.1 Bauran Produk (<i>Product Mix</i>).....	25

2.3.4.2 Variabel-variabel Diferensiasi Produk.....	29
2.3.4.3 Karakteristik Produk.....	34
2.3.4.4 Tingkatan Produk.....	35
2.3.4.5 Klasifikasi Produk.....	35
2.3.4.6 Atribut Produk.....	40
2.3.4.7 Daur Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>).....	43
2.4 Perilaku Konsumen.....	45
2.4.1 Kepuasan Konsumen.....	46
2.4.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....	50
2.4.3 Sudut Pandang Konsumen Terhadap Kepuasan.....	51
2.4.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.....	45
2.4.5 Sudut Pandang Perusahaan Terhadap Kepuasan.....	53
2.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	54
2.5.1 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	54
2.5.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	55

BAB III. MODEL PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	57
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	57
3.2 Metode Penelitian.....	59
3.2.1 Jenis dan Sifat Metode Penelitian.....	59
3.2.2 Jenis Data.....	59
3.2.3 Operasional Variabel.....	60
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.2.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	63

3.2.5.1 Uji Validitas.....	64
3.2.5.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.2.6 Teknik Pengolahan Data.....	67

BAB IV. PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk....	71
4.2 Differensiasi produk Blackberry.....	72
4.3 Kepuasan Konsumen.....	84
4.4 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	91
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	91
4.5 Hipotesis.....	96

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
---------------------	------

LAMPIRAN.....	xv
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	70
Tabel 4.4	Lama Penggunaan.....	71
Tabel 4.5	Kelengkapan Fitur Produk Blackberry.....	72
Tabel 4.5	Kemajuan Teknologi Produk Blackberry.....	73
Tabel 4.7	Keindahan dan Kenyamanan Produk Blackberry.....	74
Tabel 4.8	Tingkat Keringanan Produk Blackberry	75
Tabel 4.9	Banyaknya Variasi Warna Produk Blackberry.....	76
Tabel 4.10	Banyaknya Variasi Aksesoris Produk Blackberry.....	77
Tabel 4.11	Ukuran dan Lebar Produk Blackberry.....	78
Tabel 4.12	Daya Tahan Baterai Produk Blackberry.....	79
Tabel 4.13	Banyaknya Variasi Chasing atau Sarung Produk Blackberry.....	80
Tabel 4.14	Harga Pembelian Produk Blackberry.....	81
Tabel 4.15	Kemudahan Penjualan Kembali Produk Blackberry	82
Tabel 4.16	Kualitas Kinerja Produk Blackberry.....	83
Tabel 4.17	Kelengkapan Atribut Produk Blackberry.....	84
Tabel 4.18	Kepuasan Saat Menggunakan Produk Blackberry.....	85
Tabel 4.19	Kenyamanan Saat Menggunakan Produk Blackberry.....	86

Tabel 4.20 Fitur-fitur yang ditawarkan Produk Blackberry.....	87
Tabel 4.21 Kesenangan Berkomunikasi Menggunakan Produk Blackberry.....	88
Tabel 4.22 Keamanan Produk Blackberry	89
Tabel 4.23 Merekomendasikan Produk Blackberry Kepada Kerabat.....	90
Tabel 4.24 Menggunakan Kembali Produk Blackberry.....	91
Tabel 4.25 Validitas Awal Varabel X.....	92
Tabel 4.26 Validitas Akhir Variabel X.....	93
Tabel 4.27 Validitas Awal Varabel Y.....	94
Tabel 4.28 Validitas Akhir Variabel Y.....	95
Tabel 4.29 Regresi.....	96
Tabel 4.30 koefisien.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5	Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1	Siklus Hidup Produk.....	45
Gambar 2.2	Proses Kepuasan/ ketidakpuasan konsumen.....	49
Gambar 2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Riwayat Hidup
2. Berita Acara Bimbingan
3. Surat Pernyataan
4. Kuisisioner Penelitian
5. Tabulasi Kuisisioner Variabel Atribut Produk
6. Tabulasi Kuisisioner Tingkat Kepuasan
7. Pengolahan Data SPSS 16.0
8. Gambar Tipe Produk Blackberry