

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dewasa ini mengalami kemajuan yang sangat luar biasa. Setiap orang saat ini tidak dibatasi usia ataupun golongan memiliki dan menggunakan *handphone* dalam melakukan komunikasinya sehari-hari. *handphone* merupakan Teknologi canggih yang mendukung setiap orang untuk melakukan komunikasi dua arah tanpa kabel yang tidak terbatas ruang maupun waktu

Salah satu produsen *handphone* yang menjadi *market leader* maupun *market share* saat ini adalah perusahaan Nokia. Perusahaan Nokia melakukan diferensiasi pada produknya yang berupa atribut produk untuk membedakan dan mengungguli para pesaingnya. Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh atribut produk *handphone* Nokia yang menjadi keunggulan dan ciri khasnya terhadap minat beli konsumen pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha.

Dalam penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden, dimana dalam hal ini adalah para Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang merupakan konsumen *handphone* Nokia. Data yang ada dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 12.0.

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa atribut produk *handphone* Nokia memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli konsumen yaitu sebesar 15.4 %, dan 84.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk *handphone* Nokia memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk menumbuhkan minat belinya.

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kontribusi Penelitian.....	5
1.5 Batasan.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.3 Bauran Pemasaran dan unsur- unsurnya.....	17
2.3.1 Bauran Pemasaran.....	17
2.3.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.3.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	18

2.4 Produk.....	22
2.4.1 Pengertian Produk.....	22
2.4.2 Tingkat Produk.....	23
2.4.3 Hierarkhy Produk.....	24
2.4.4 Klasifikasi Produk.....	25
2.5 Bauran Produk.....	29
2.5.1 Pengertian Bauran Produk.....	29
2.5.2 Empat Dimensi Bauran Produk.....	29
2.6 Atribut Produk.....	30
2.6.1 Pengertian Atribut Produk.....	30
2.6.2 Unsur-unsur Atribut Produk.....	33
2.7 Minat Beli Konsumen.....	34
2.7.1 Pengertian Minat Beli.....	34
2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	35
2.7.3 Tahapan Minat Beli.....	38
2.7.4 Karakteristik Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	40
2.7.5 Peran Pembelian.....	43
2.8 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	43
2.9 Perilaku Konsumen.....	46
2.9.1 Perilaku Pembelian Konsumen.....	46
2.9 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	48

Bab III Objek dan Metodologi Penelitian.....	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metodologi Penelitian.....	50
3.2.1 Desain Penelitian.....	50
3.2.2 Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel.....	51
3.2.3 Skala Pengukuran.....	54
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	55
3.2.4.1 Metode dan kriteria Pengambilan Sampel	56
3.2.4.2 Jumlah Sampel	56
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.2.6.1 Uji Validitas.....	58
3.2.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.2.7 Metode Analisis Data.....	60
3.2.7.1 Analisis Regresi.....	60
3.2.7.2 Analisis Regresi dengan SPSS 12.0.....	61
3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis	62
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	63
4.1 Profil Responden.....	63
4.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	64

4.1.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....	64
4.1.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Memakai Atau Sedang Memakai <i>Handphone</i> Nokia.....	65
4.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	66
4.2.1	Uji Validitas.....	66
4.2.2	Uji Reliabilitas	67
4.2.2.1	Uji Reliabilitas Variabel X.....	69
4.2.2.2	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	69
4.3	Analisa Atribut Produk <i>Handphone</i> Nokia.....	70
4.3.1	Kualitas.....	70
4.3.1.1	Menurut Saya <i>Handphone</i> Nokia Memiliki Daya Tahan Produk Yang Baik.....	70
4.3.1.2	Menurut Saya <i>Handphone</i> Nokia Tidak Mudah Rusak.....	71
4.3.2	Merek.....	72
4.3.2.1	Saya Mendapatkan kesan bahwa Merek <i>Handphone</i> Nokia Eksklusif.....	72
4.3.2.2	Saya mendapatkan kesan bahwa Merek <i>Handphone</i> Nokia dapat diandalkan.....	73
4.3.3	Harga.....	73

4.3.3.1 Harga <i>Handphone</i> Nokia Sesuai Dengan Daya Beli Saya Sebagai Target Pasarnya.....	74
4.3.3.2 Menurut Saya Fitur dan Kualitas <i>Handphone</i> Nokia Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan.....	74
4.3.4 Fitur.....	75
4.3.4.1 Menurut Saya Kualitas Kamera Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Tajam/Jelas.....	75
4.3.4.2. Menurut Saya Kualitas <i>Speaker</i> Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Jernih.....	76
4.3.4.3 Menurut Saya Kualitas Warna Layar <i>Handphone</i> Nokia Sangat Baik.....	77
4.3.4.4 Menurut Saya Kualitas Internet Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Cepat.....	77
4.3.4.5 Menurut Saya, Kualitas Signal Radio Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Jelas dan Jernih.....	78
4.3.5 Desain.....	79
4.3.5.1 Menurut Saya, Desain <i>Handphone</i> Nokia Selalu <i>up to date</i>	79
4.3.5.2 Desain <i>Handphone</i> Nokia Mencerminkan Gaya Saya.....	80
4.3.5.3 <i>Handphone</i> Nokia Memiliki Desain Produk Beraneka Ragam.....	80
4.4 Analisa Minat Beli Konsumen <i>Handphone</i> Nokia.....	81

4.4.1 Atribut Produk Handphone Nokia, Membuat Saya Tertarik Untuk Mencari Informasi Mengenai Hal-Hal Yang Berkaitan Dengan Produk Nokia.....	81
4.4.2 Atribut Produk <i>Handphone Nokia</i> Menarik Perhatian Saya.....	82
4.4.3 Atribut Produk Handphone Nokia, Membuat Saya Tertarik Untuk Memilih Produk Tersebut Dibandingkan Produk Yang Lain.....	82
4.4.4 Atribut Produk Handphone Nokia, Menarik Minat Saya Untuk Memilih Produk Nokia Sebagai Produk Pilihan.....	83
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear.....	84
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
Daftar Pustaka.....	xii
Lampiran	

DAFTAR TABEL

2.1 Karakteristik Konsumen.....	41
3.1 Operasionalisasi Variabel	52
3.2 Pemberian Bobot menurut Skala Likert.....	54
4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	65
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah atau sedang memakai <i>handphone</i> Nokia.....	66
4.5 Hasil Uji Validitas Akhir	
KMO and Bartlett's Test.....	67
4.6 Tabel Hasil Uji Validitas	
Rotated Component Matrix (a).....	68
Pengujian Reliabilitas Variabel X	
4.7 Reliability Statistics.....	69
4.8 Item Total Statistics.....	69
Pengujian Reliabilitas Variabel Y	
4.9 Reliability Statistics.....	69
4.10 Item Total Statistics.....	70

4.11 Menurut Saya <i>Handphone</i> Nokia Memiliki Daya Tahan Produk Yang Baik.....	69
4.12 Menurut Saya <i>Handphone</i> Nokia Tidak Mudah Rusak.....	70
4.13 Saya Mendapatkan kesan bahwa Merek <i>Handphone</i> Nokia Eksklusif.....	71
4.14 Saya Mendapatkan Kesan Bahwa Merek <i>Handphone</i> Nokia Dapat Diandalkan.....	72
4.15 Harga <i>Handphone</i> Nokia Sesuai Dengan Daya Beli Saya Sebagai Target Pasarnya.....	73
4.16 Menurut Saya Fitur dan Kualitas <i>Handphone</i> Nokia Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan.....	73
4.17 Menurut Saya Kualitas Kamera Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Tajam/Jelas.....	74
4.18 Menurut Saya Kualitas <i>Speaker</i> Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Jernih.....	75
4.19 Menurut Saya Kualitas Warna Layar <i>Handphone</i> Nokia Sangat Baik.....	76
4.20 Menurut Saya Kualitas Internet Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Cepat.....	76
4.21 Menurut Saya, Kualitas Signal Radio Pada <i>Handphone</i> Nokia Sangat Jelas dan Jernih.....	77
4.22 Menurut Saya, Desain <i>Handphone</i> Nokia Selalu <i>up to date</i>	78
4.23 Desain <i>Handphone</i> Nokia Mencerminkan Gaya Saya.....	79
4.24 <i>Handphone</i> Nokia Memiliki Desain Produk Beraneka Ragam.....	79

4.25 Atribut Produk Handphone Nokia, Membuat Saya Tertarik Untuk Mencari Informasi Mengenai Hal-Hal Yang Berkaitan Dengan Produk Nokia.....	80
4.26 Atribut Produk <i>Handphone Nokia</i> Menarik Perhatian Saya.....	81
4.27 Atribut Produk Handphone Nokia, Membuat Saya Tertarik Untuk Memilih Produk Tersebut Dibandingkan Produk Yang Lain.....	82
4.28 Atribut Produk Handphone Nokia, Menarik Minat Saya Untuk Memilih Produk Nokia Sebagai Produk Pilihan.....	82
Analisis Regresi Linear	
4.29 Model Summary.....	83
4.30 Coefficients (a).....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran.....	20
Gambar 2.2 Tingkatan Produk.....	24
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian.....	45
Gambar 2.4 Perilaku Pembelian Konsumen.....	48