

ABSTRAK

Kemajuan dalam dunia teknologi informasi saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan yang tidak terpisahkan. Hal ini membuat persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi semakin ketat. Telepon selular adakah salah satu produk dari kemajuan teknologi yang berkembang. Dan Blackberry merupakan salah satu telepon selular yang banyak diminati pada saat ini.

Penelitian ini mengambil tema mengenai “pengaruh kinerja atribut produk telepon selular Blackberry terhadap kepuasan konsumen”. Dimana yang menjadi identifikasi masalah adalah seberapa besar pengaruh tingkat kinerja atribut handphone Blackberry (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 telepon seluler, tingkat tebal dan panjang telepon seluler) terhadap tingkat kepuasan konsumennya.

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 handphone Blackberry dan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner, dengan total responden berjumlah 50 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 dengan kepuasan konsumen sebesar 0.734 atau sebesar 73,4% dan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : kualitas, fitur, gaya dan desain, dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Currently, the development of information technology has become a part of life that cannot be separated. This situation induces the tighter competition between companies inside the information technology industry. Furthermore, cellular phone is one of the product that resulted from the advancement of the technology, and at the time, Blackberry is one of the most interested cellular phone.

This research take theme about "the impact of product attributes of Blackberry to consumer satisfaction". Where the thing that identified as a problem is how large the impact that come from Blackberry product attributes's performance (durability of the battery, durability of their hardware, the speed of their software, level of technology advancement, the numbers of accesories variety, feature benefits, the level of comfort, the weight of the phone, the thickness and the length of the phone) into the level of satisfaction of Blackberry consumers.

The methodology that used in this research is survey method with some descriptive, analytical explanation and verification which is a method that give a systematic, factual, and accurate picture about fact and attitudes of variables that traced. The performance of Blackberry cellular phone's attribute are treated as the independent variables (X), and consumer satisfaction is the dependant variable (Y). The collection of primary data was done by giving questionnaire to 50 respondents. Sample collecting used a random sampling method.

The statistical analysis prove that there is a possitive correlation as the performance of product attribute's give a big influence to the consumer satisfaction which is 0,734 or 73,4%. While the others, 26,6% influenced by the other factors.

Keywords : quality, features, style and design, and consumer satisfaction.

DAFTAR ISI

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

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran pemasaran.....	8
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.....	15
2.1.2.1.5 Karakteristik Produk.....	17
2.1.2.1.6 Variabel-Variabel Diferensiasi Produk.....	19
2.1.2.1.7 Atribut Produk.....	20
2.1.2.1.8 Siklus Hidup Produk.....	23
2.1.2.2 Harga.....	25
2.1.2.3 Tempat.....	26
2.1.2.4 Promosi.....	27
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.3.1 Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.3.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen..	30
2.1.3.3 Sudut Pandang Konsumen Terhadap Kepuasan.....	31
2.1.3.4 Sudut Pandang Perusahaan Terhadap Kepuasan.....	32
2.1.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.4.1 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.4.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	37

BAB III. OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	38
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.2.1 Jenis dan Sifat Metode Penelitian.....	40
3.2.2 Jenis Data.....	41

3.2.3 Operasional Variabel.....	42
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.5.1 Uji Hipotesis.....	44
3.2.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.2.6 Teknik Pengolahan Data.....	46

BAB IV. PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	50
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Handphone.....	51
4.2 Perilaku Kepuasan Konsumen.....	52
4.3 Hasil Pengujian.....	60
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	60
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.3.3 Hasil Pengujian SPSS.....	61
4.4 Implikasi Manajerial.....	62

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA..... xiv

LAMPIRAN..... xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	50
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Handphone Yang Digunakan.....	51
Tabel 4.7	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Daya Tahan Baterai Ponsel Blackberry.....	52
Tabel 4.8	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Ketahanan Perangkat Keras Ponsel Blackberry.....	53
Tabel 4.9	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Kecepatan Perangkat Lunak Ponsel Blackberry.....	54
Tabel 4.10	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Kemajuan Teknologi Ponsel Blackberry.....	55
Tabel 4.11	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Banyaknya Variasi Aksesoris Ponsel Blackberry.....	56
Tabel 4.12	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Manfaat Fitur Ponsel Blackberry.....	57
Tabel 4.13	Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Keindahan dan Kenyamanan Ponsel Blackberry.....	58

Tabel 4.14 Perilaku Kepuasan Konsumen Mengenai Berat Ponsel Blackberry.....	59
Tabel 4.15 KMO and Bartlett's Test.....	60
Tabel 4.16 <i>Reliability Statistics</i>	60
Tabel 4.17 <i>Correlation</i>	61
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Siklus Hidup Produk.....	25
Gambar 2.2	Proses Kepuasan/ ketidakpuasan konsumen.....	29
Gambar 2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	32
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner.....	xv
LAMPIRAN2. Hasil Karakteristik Responden.....	xx
LAMPIRAN 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	xxii
LAMPIRAN 4. Hasil Uji Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi.....	xxiii
LAMPIRAN 5. Gambar Produk Blackberry.....	xxiv
LAMPIRAN 6. Surat Pernyataan.....	xxix