

## ABSTRAK

Persaingan ketat yang terjadi di dunia komunikasi, khususnya pada pasar telepon selular memaksa semua perusahaan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat menumbuhkan minat beli konsumen terhadap produk dan jasa mereka. Salah satu strategi untuk menimbulkan minat beli konsumen adalah dengan menciptakan atribut produk yang berbeda dengan produk lainnya. Hal inilah yang dilakukan oleh Nokia, yaitu membuat Nokia Xpress Music yang memiliki atribut khusus terutama pada atribut fitur musiknya, sehingga diharapkan akan menumbuhkan minat beli terhadap Nokia Xpress Music ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai atribut produk pada Nokia Xpress Music, mengetahui minat beli konsumen terhadap Nokia Xpress Music, dan untuk mengetahui pengaruh antara atribut produk Nokia Xpress Music terhadap minat beli konsumen di Bandung, yang diukur dari aspek : fitur, desain, merek, dan kualitas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan variabel bebas atribut produk Nokia Xpress Music dan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang tidak memiliki Nokia Xpress Music tetapi mengetahui tentang Nokia Xpress Music. Kuesioner disebar ke sekolah/kampus dan pusat perbelanjaan elektronik/telepon selular secara purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, kemudian skala tersebut di transformasikan ke skala interval dengan menggunakan Method Successive Interval untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara atribut produk Nokia Xpress Music terhadap minat beli konsumen, dilakukan uji simple regression.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa, pertama, konsumen menanggapi atribut produk Nokia Xpress Music dengan positif, nilai indeks sebesar 3,86 menunjukkan penilaian pelanggan berada di antara kategori baik dan sedang, dan mayoritas pelanggan setuju bahwa atribut produk Nokia Xpress Music memiliki kualitas yang baik, dan kedua, minat beli konsumen terhadap Nokia Xpress Music adalah tinggi. Nilai indeks sebesar 3,50 menunjukkan penilaian pelanggan berada diantara kategori baik dan cukup baik, ketiga, atribut produk Nokia Xpress Music dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 36,1% sedangkan 63,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Atribut Produk, Minat Beli

# DAFTAR ISI

	Hal
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Pengertian dan Prinsip Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2 Ruang Lingkup Produk.....	18

2.1.2.1	Tingkatan Produk.....	19
2.1.2.2	Hierarki Produk.....	20
2.1.2.3	Klasifikasi Produk.....	21
2.1.3	Ruang Lingkup Atribut Produk.....	23
2.1.4	Ruang Lingkup Minat Beli Konsumen.....	28
2.1.5	Tahapan-Tahapan Dalam Hierarki Respon Model AIDA.....	32
2.2	Kerangka Pemikiran.....	35
2.3	Hipotesis penelitian.....	41

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian.....	42
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	43
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	48
3.4.1	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	48
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5.1	Uji Validitas.....	51
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.6	Metode Analisis dan Hipotesis.....	54
3.7	Lokasi Penelitian.....	62

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Nokia.....	63
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Tanggapan Responden Tentang Atribut Produk Nokia Xpress Music ...	69
4.2.1.1 Fitur.....	70
4.2.1.2 Desain.....	79
4.2.1.3 Merek.....	82
4.2.1.4 Kualitas.....	85
4.2.2 Minat Beli Responden Terhadap Nokia Xpress Music.....	96
4.2.2.1 Attention.....	96
4.2.2.2 Interest.....	98
4.2.2.3 Desire.....	100
4.2.2.4 Action.....	102
4.2.3 Pengaruh Atribut Produk Nokia Xpress Music Terhadap Minat Beli Konsumen.....	107
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	107
4.2.3.2 Korelasi Pearson.....	110
4.2.3.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	113
4.2.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	114

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan..... 120

5.2 Saran..... 121

**DAFTAR PUSTAKA..... 123**

**LAMPIRAN.....**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hirarki Respon AIDA.....	33
Gambar 2.2 Model Hirarki Respon AIDA.....	39
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel X.....	44
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Y.....	46
Tabel 3.3	Interpretasi Nilai Korelasi.....	58
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.1	Ketajaman Warna Layar.....	71
Tabel 4.2	Kompatibel Dengan Perangkat Lain.....	72
Tabel 4.3	Daya Tahan Baterai.....	74
Tabel 4.4	Kejernihan Suara pada MP3/Radio Player.....	75
Tabel 4.5	Kecepatan Internet.....	76
Tabel 4.6	Kapasitas MMC Storage.....	78
Tabel 4.7	Keindahan Bentuk.....	80
Tabel 4.8	Ukuran Telepon Selular.....	81
Tabel 4.9	Reputasi Merek.....	83
Tabel 4.10	Reputasi Merek.....	84
Tabel 4.11	Kualitas Grafis Musik.....	87
Tabel 4.12	Variasi Musik.....	88
Tabel 4.13	Musik Menyenangkan/Tidak Membosankan.....	89
Tabel 4.14	Kemudahan Mendengarkan Musik.....	90
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Nokia Xpress Musik Di Kota Bandung.....	92
Tabel 4.16	Pengetahuan Responden Terhadap Produk.....	97
Tabel 4.17	Ketertarikan Responden Terhadap Produk.....	99

Tabel 4.18	Minat Konsumen Untuk Membeli Produk.....	101
Tabel 4.19	Rencana Responden Untuk Membeli Produk.....	103
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen.....	104
Tabel 4.21	Uji Normalitas.....	108
Tabel 4.22	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	110
Tabel 4.23	Kriteria Kuat Lemahnya Hubungan.....	111
Tabel 4.24	Hasil Regresi Linier Sederhana.....	115



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1. Kuesioner

LAMPIRAN 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

LAMPIRAN 3. Hasil Uji Regresi Sederhana dan Korelasi

LAMPIRAN 4. Gambar Objek Penelitian (Nokia Xpress Music)

LAMPIRAN 5. Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 6. Surat Pernyataan

LAMPIRAN 7. Daftar Riwayat Hidup