

KATA PENGHANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan kurniahnya, sehingga Skripsi yang saya kerjakan selama ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Fitur Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Di Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom” ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari fitur produk terhadap minat beli smartphone di mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. Penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi beberapa pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini saya selaku peneliti atas skripsi ini ingin mengucapkan banyak terimah kasih kepada:

1. Keluarga Saya tercinta Bapak Pardi, Ibu Salima Hanum, beserta adik-adik saya Mahdi Ramadhan dan Muhammad Suhandi yang selalu mendukung, selalu memberi semangat dan doanya.
2. Uwak Sabaniah yang telah memberikan masukan, semangat, dan memotivasi saya untuk tetap menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Citra Kusuma Dewi, SE., MBA. Selaku pembimbing yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai.
4. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom dan serta karyawan, terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.
5. Teman-teman dari jurusan Administrasi Bisnis, Khususnya Administrasi Bisnis kelas D 2009, terima kasih atas dukungannya dan bantuannya.
6. Teman-teman Dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas semangat dan dukungannya.
7. Pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari materi maupun cara penulisannya. Peneliti berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya dan peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran bagi pembaca sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, Juni 2014

Akhmad Faisal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PERYATAAN	III
KATA PENGHANTAR	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis	13
1.5.2 Kegunaan Praktis	13
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Rangkuman Teori	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.1.3 Produk (<i>Product</i>)	17
2.1.4 Fitur Produk (<i>Feature Product</i>)	19
2.1.5 Keputusan Pembelian	22
2.1.6 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	24

2.1.7 Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Skala Pengukuran	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Data Primer	44
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Reliabilitas	48
3.7 Metoda Analisa Data	50
3.7.1 Analisis Deskriptif	50
3.7.2 Analisis Pengujian Data	51
A. Uji Asumsi Klasik	52
B. Metode Suksesif Interval (MSI)	52
C. Analisis Regresi Linear Sederhana	53
D. Uji Hipotesis Parsial (uji t)	54
E. Koefisien Determinasi Parsial	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengumpulan Data	57
4.2 Karakteristik Responden	57

4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2 Berdasarkan Usia	58
4.1.3 Berdasarkan Program Studi	59
4.1.4 Berdasarkan Uang Saku	60
4.1.5 Berdasarkan Sistem Operasi Yang Diinginkan	61
4.3 Analisis Deskriptif	62
4.3.1 Analisis Fitur Produk Menurut Responden	62
4.3.2 Analisis Minat Beli Smartphone Menurut Responden	67
4.4 Analisis Pengujian Data	69
A. Uji Asumsi Klasik	69
B. MSI	72
C. Analisis Regresi linear Sederhana	72
D. Uji Hipotesis Parsial	73
E. Koefisien Determinasi	74
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	78
5.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 New Smartphone Global	2
Tabel 1.2 New Smartphone China dan Lokal	3
Tabel 2.1 Karya Ilmiah	27
Tabel 2.2 Jurnal Nasional	30
Tabel 2.3 Jurnal Internasional	34
Tabel 3.1 Variable Operasional	42
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	44
Tabel 3.3 Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap 2013-2014	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 3.6 Presentase Kriteria Interpretasi Skor	51
Tabel 4.1 Perincian Peyebaran Kuesioner Penelitian	57
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Fitur produk Smartphone	63
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	67
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4.5 Analisis Regresi Sederhana	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Hiptesis Parsial	74
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi parsial	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q13	4
Gambar 1.2 worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 2Q13	5
Gambar 1.3 Market Share Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi di Indonesia Tahun 2013	6
Gambar 1.4 Alasan Memilih Smartphone	7
Gambar 1.5 Smartphone Favorit Pilihan Pembaca	8
Gambar 1.6 Ponsel Lokal Favorit Pembaca	8
Gambar 1.7 Membutuhkan Smartphone	10
Gambar 1.8 Penggunaan Smartphone Sehari – Hari	11
Gambar 1.9 Smartphone Yang Diinginkan berdasarkan Sistem Operasi	11
Gambar 1.10 Kualitas Produk Yang diharapkan Di smartphone	12
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	16
Gambar 2.2 Five Level Product	18
Gambar 2.3 Model Lima Tahap Proses Pembelian	22
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	38
Gambar 3.1 Garis Kontinum	51
Gambar 4.1 Responden Bedasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Studi	60
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Uang Saku	60
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Sistem Operasi Smartphone Yang Diinginkan	61
Gambar 4.6 Garis Kontinum Fitur Produk	66
Gambar 4.7 Garis Kontinum Minat Beli	69
Gambar 4.8 Uji Normalitas P-Plot	70
Gambar 4.9 Uji Linearitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner Dalam Angka
- Lampiran 4 Hasil Transformasi Data Ordinal ke Interval
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi dan Hipotesis