

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY”
(Pada Karyawan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. – PPJPGB Distribusi)**

SKRIPSI

Nama : Juliana Binawati

NIM : 43107110063



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY”
(Pada Karyawan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. – PPJPGD Distribusi)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I

Nama : Juliana Binawati

NIM : 43107110063



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juliana Binawati
NIM : 43107110063
Program Studi : Ekonomi / Manajemen (S1)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 01 Agustus 2011

(Juliana Binawati)
NIM : 43107110063

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Juliana Binawati
NIM : 43107110063
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP
SMARTPHONE BLACKBERRY
Tanggal Ujian Lulus : 11 Agustus 2011

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi

(Priyono, SE, MSM)

Dekan

**Ketua Program Studi
Manajemen - S1**

(Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si.)

(H. Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY”
(Pada Karyawan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. – PPJPGD Distribusi)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Juliana Binawati

43107110063

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Agustus 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Priyono, SE, MSM)

Anggota Dewan Penguji

(Mochamad Rizki BBA,MBA)

Anggota Dewan Penguji

(Ir. Zulfithri MS.MM)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY” (Pada Karyawan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. – PPJPGD Distribusi)

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu **Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si.**, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak **Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M.**, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak **Priyono, SE, MSM**, Selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Kedua Orang Tuaku tercinta terima kasih atas do’a, cinta, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini.
6. Suamiku Tercinta **Asep Herlambang** terima kasih atas do’a, cinta, dan kasih sayang, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini

7. Teman-teman seperjuangan yang sudah banyak membantu penulis dalam menyumbangkan pikiran dan saran-sarannya.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Tuhan yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	8
2.2. Marketing Mix / Bauran Pemasaran	10
2.2.1. Komponen Bauran Pemasaran/Marketing Mix.....	11
a. Produk	11
b. Harga	12
c. Distribusi(Place).....	13
d. Promosi	14

2.3. Perilaku Konsumen	16
2.3.1. Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
a. Faktor Budaya	20
b. Kelas Sosial.....	20
c. Faktor Pribadi	21
d. Faktor Psikologis.....	22
2.4 Pengambilan Keputusan Konsumen	26
a. Pengenalan Masalah.....	26
b. Pencaran Informasi	27
c. Evaluasi Alternatif.....	27
d. Keputusan Pembelian.....	28
e. Perilaku Pasca Pembelian.....	28
2.5 Penelitian-penelitian yang pernah dilakukan	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	30
3.1.1. Obyek Penelitian	30
3.1.2. Desain Penelitian.....	30
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	32
3.2.1 Variabel	32
3.2.2 Definisi Operasionalisasi Variabel	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.4 Metode Analisis Data.....	38
3.5 Validitas dan Realiabilitas Alat Ukur	39
3.5.1 Validitas	39
3.5.2 Reabilitas.....	39
3.6 Analisis Regresi Ganda	40
3.7 Gambaran Umum Perusahaan.....	41
3.7.1 Sejarah PT PGN	41

3.7.2 Sejarah Blackberry di Indonesia	43
---	----

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	46
4.2 Pengujian Kualitas Data.....	48
4.2.1 Pengujian Validitas	48
4.2.2 Pengujian Realibilitas	48
4.3 Uji Normalitas Model	58
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.1 Multikolinearitas	59
4.4.2 Heteroskedastisitas.....	60
4.4.3 Autokorelasi	61
4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	62
4.6 Pengujian Hipotesis.....	63
4.6.1 Uji F	63
4.6.2 Uji T	64
4.7 Pembahasan.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Komponen Empat P dari Bauran Pemasaran	16
Gambar 2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	19
Gambar 2.3. Hierarki Kebutuhan Maslow	24
Gambar 2.4. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan	26
Gambar 2.5. Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1. Distribusi frekuensi jenis kelamin responden	46
Tabel 4.2. Distribusi frekuensi Usia responden	46
Tabel 4.3. Distribusi frekuensi pendidikan responden.....	46
Tabel 4.4. Distribusi frekuensi masa kerja responden	47
Tabel 4.5. Distribusi frekuensi pengeluaran rutin responden	47
Tabel 4.6. Uji validitas.....	50
Tabel 4.1. Distribusi frekuensi jenis kelamin responden	46
Tabel 4.6. Uji validitas.....	50
Tabel 4.7. Uji validitas.....	51
Tabel 4.8. Uji validitas.....	52
Tabel 4.9. Uji validitas.....	53
Tabel 4.10. Uji validitas.....	54
Tabel 4.11. Uji validitas.....	55
Tabel 4.12. Uji validitas.....	56
Tabel 4.13. Uji validitas.....	57
Tabel 4.14. Uji validitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner

Lampiran II Data Hasil Kuesioner

Lampiran III Pembobotan

Lampiran IV Hasil Uji Kualitas Data

Lampiran V Hasil Olahan SPSS

Lampiran VI Hasil Eviews

ABSTRAK

Skripsi ini membahas analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk *smartphone blackberry*. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden PT PGN (Persero) Tbk. Sebagaimana diketahui *smartphone blackberry* adalah salah satu produk handphone yang semakin lama semakin banyak digemari masyarakat karena kemudahan dalam hal penggunaannya. Telepon seluler merk Blackberry produksi perusahaan Kanada, yaitu RIM (Research In Motion). Smartphone ini menjadi trend gaya hidup pada masyarakat Indonesia. Blackberry menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pengalaman pelanggan (*customer experience*), keputusan konsumen dalam memilih *smartphone blackberry* dipengaruhi oleh perilaku konsumen dan bauran pemasaran dalam membeli *smartphone blackberry*. Oleh sebab itu sangat menarik sekali untuk dicermati dan diteliti fenomena *Smartphone* dengan merek Blackberry ini.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY”. (Studi Kasus Pada Karyawan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. – PPJPGD Distribusi).

Kata kunci : perilaku konsumen, bauran pemasaran, *smartphone blackberry*.