

**PENGARUH PERSEPSI CDMA ESIA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI WILAYAH RAWA BUAYA CENGKARENG
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Nama : INNAYAH
NIM : 43107010040**



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011

**PENGARUH PERSEPSI CDMA ESIA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI WILAYAH RAWA BUAYA CENGKARENG
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : INNAYAH
NIM : 43107010040



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : INNAYAH

NIM : 43107010040

Program Studi : Manajemen – Strata 1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2011

(INNAYAH)
NIM: 43107010040

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : INNAYAH
NIM : 43107010040
Program/Jurusan : Manajemen – Strata 1
Judul : “PENGARUH PERSEPSI CDMA ESIA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WILAYAH RAWA
BUAYA CENGKARENG JAKARTA BARAT”

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

(Priyono, SE.MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen - S1

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

(Arief Bowo Prayoga k., S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Persepsi CDMA Esia Terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah Rawa

Buaya Cengkareng Jakarta Barat

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

INNAYAH

43107010040

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Juli 2011

Susunan Dewan penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Priyono, SE.MM)

Anggota dewan Penguji

()

Anggota dewan Penguji

()

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “*PENGARUH PERSEPSI CDMA ESIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WILAYAH RAWA BUAYA CENGKARENG JAKARTA BARAT*”.

Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat akademis yang harus dipenuhi oleh setiap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

Didalam skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun tehnik penulisan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis didalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini Terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.S Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

3. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K., S.E., M.M Selaku Ketua Program studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono, SE.MM Selaku Dosen Pembimbing Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
6. Kepada Alm. Ayahku tercinta Tak ada ucapan yang begitu mulia untukmu kecuali Rindu dan sayang selalu ada dihatiku, Terima kasih selalu memberikan yang terbaik untukku, Untuk Ibuku yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus dan sabar kepadaku.
7. Kepada Om Mahzum Vahredy dan Tante Wati Terima kasih atas semua dukungan baik moriil maupun materi yang engkau berikan kepada ku sehingga aqu dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Bapak M.Sidiq yang telah memberikan support dan mendoakan saya
9. Kepada Kakakqu Rudi Setiawan dan adikku Anni Lestari yang telah memberikan support dan doanya
10. Kepada Keluarga Besar Teater Amoeba Rahmawati, Rifda Fazrina, Febri Nurmalasari, Ahmad Fadillah, Rina Fajar Wati, Seselia, Nita Aristi, Gatiar, Mutia Sari, Andini Pasha dan teman-teman semua yang tidak mungkin

namanya saya sebutkan satu per-satu Terima kasih atas semua doa yang engkau berikan

11. Kepada Zainal Abidin dan Habiburrahman yang pernah mengisi hariku terima kasih support dan dukungannya
12. Kepada Sahabat-Sahabatqu, Syamsul Anas, Khozin Arief, Ilham Saputra, Denis Aradika, Eko Bewok, Achmad Hafid, Tono, Ibonk (Ikrar), Ahmad Asas al-Kaitami.
13. Kepada Teman seperjuanganku, Topik saleh, Wahyu mamad, Edo, Kentung, Yudha, gagap aris, Bajuri, Aan, Hilal, Isal si cil, Hardi, wahyudin, Jeffri, Kobre rijal. dan semua Komunitas Limbat Manajemen S1, Sukses selalu.
14. Kepada sahabatqu, Ratu, Nadia Haisyaa, Riri Nurmallasari, Devi N, Wulan Sekar Ayu yang telah memberikan motivasi dan membantu saya.
15. Seluruh teman-teman Manajemen S-1 2007 yang banyak memberikan bantuan, kritik serta sarannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Kepada Anak – anak BRAAH Trendy Wijaya, Ikha Yusmiati, Rizqi Khoiruddin, Medi, Ramadhan, dan Anin selalu mendoakan saya dan menghibur saya.
17. Kepada PT. Bakrie Telecom yang telah membantu dalam penelitian saya.
18. Kepada Warga Rawa Buaya khususnya warga Jln.Darma Wanita 1 Rt 01 / Rw 01 yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini

Usaha yang maksimal telah dilakukan oleh penulis, namun mengingat masih terbatasnya pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena masih banyak kekurangan didalamnya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, Sebagai masukan penulis. Sehingga penulis dapat menghasilkan karya-karya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, Juli 2011

Penulis

INNAYAH

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAKSI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah... ..	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	7

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.4 Perilaku Konsumen.....	13
2.5 Pengertian Persepsi.....	14
2.6 Proses Persepsi.....	15
2.7 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
2.8 Stimuli Pemasaran dan Persepsi Konsumen.....	18
2.8.1 Stimuli Pemasaran.....	19
2.8.2 Stimuli Lingkungana.....	19
2.9 Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.10 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.10.1 Pandangan Ekonomis.....	29
2.10.2 Pandangan Pasif.....	29
2.10.3 Pandangan Pengenal / Kognitif.....	30
2.10.4 Pandangan Emosional.....	31
2.11 Penelitian Terdahulu.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambar Umum Perusahaan.....	33
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Hipotesis.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	35
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	35

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Jenis Data.....	40
3.7 Populasi dan Sampel.....	40
3.8 Metode Analisis Data.....	42
3.8.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	42
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
3.8.3 Uji t.....	42
3.8.4 SPSS.....	44

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	45
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per-Bulan....	50
4.2 Analisis Persepsi Konsumen.....	51
4.2.1 Tanggapan responden terhadap keseluruhan kualitas produk CDMA Esia lebih baik dan berkualitas.....	51
4.2.2 Tanggapan responden terhadap pilihan tipe produk CDMA Esia beraneka ragam.....	52
4.2.3 Tanggapan responden dibandingkan produk lain fitur yang Di tampilkan oleh CDMA Esia lebih bervariasi.....	53

4.2.4 Tanggapan responden terhadap harga CDMA Esia tidak Masalah dibandingkan kelebihanannya.....	54
4.2.5 Tanggapan responden terhadap harga CDMA Esia dapat di Jangkau oleh setiap konsumen.....	55
4.2.6 Tanggapan responden terhadap harga bersaing dengan produk Yang lainnya.....	56
4.2.7 Tanggapan responden terhadap harga sesuai dengan harapan....	57
4.2.8 Tanggapan responden terhadap iklan yang ditampilkan CDMA Esia sangat menarik.....	58
4.2.9 Tanggapan responden terhadap bonus yang diberikan CDMA Esia sangat beragam.....	59
4.2.10 Tanggapan responden terhadap tariff telepon,sms,dan internet Yang diberikan sangat murah.....	60
4.2.11 Tanggapan responden terhadap lokasi untuk mendapatkan CDMA Esia mudah ditemui.....	61
4.2.12 Tanggapan responden terhadap jangkauan pemasaran CDMA Esia sudah tersebar diberbagai wilayah.....	62
4.3 Analisis Keputusan Pembelian.....	64
4.3.1 Tanggapan responden terhadap saya ingin mengganti Handphone yang lama dengan yang baru.....	64
4.3.2 Tanggapan responden terhadap saya membeli produk CDMA Esia karena mudah dalam penggunaanya.....	65

4.3.3 Tanggapan responden terhadap saya membeli CDMA Esia	
karena sedang tren saat ini.....	66
4.3.4 Tanggapan responden terhadap saya mencari informasi	
CDMA Esia melalui media cetak dan media elektronik.....	67
4.3.5 Tanggapan responden terhadap saya mencari informasi CDMA	
Esia melalui teman dan lingkungan sekitar.....	68
4.3.6 Tanggapan responden terhadap dari banyak pilihan	
handphone CDMA, handphone Esialah yang saya pilih.....	69
4.3.7 Tanggapan responden terhadap saya memilih handphone	
CDMA Esia karena sesuai dengan kebutuhan saya	
dalam berkatifitas.....	70
4.3.8 Tanggapan responden terhadap saya membeli CDMA Esia	
karena keputusan sendiri.....	71
4.3.9 Tanggapan responden terhadap saya membeli CDMA Esia	
karena keputusan keluarga.....	72
4.3.10 Tanggapan responden terhadap saya membeli CDMA Esia	
karena keputusan teman.....	73
4.3.11 Tanggapan responden terhadap setelah saya membeli	
CDMA Esia saya tertarik untuk membelinya kembali.....	74
4.3.12 Tanggapan responden terhadap setelah saya memakai	
CDMA Esia dan menceritakannya kepada orang lain.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian Persepsi Konsumen.....	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	48
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 4.5 Pendapatan perBulan Responden.....	50
Tabel 4.6 Secara keseluruhan kualitas CDMA Esia lebih baik dan berkualitas.....	51
Tabel 4.7 Pilihan tipe CDMA Esia beraneka ragam.....	52
Tabel 4.8 Dibandingkan produk lain fitur yang ditampilkan oleh CDMA Esia lebih bervariasi.....	53
Tabel 4.9 Harga CDMA Esia tidak masalah dibandingkan kelebihanannya....	54
Tabel 4.10 Harga CDMA Esia dapat dijangkau oleh setiap konsumen.....	55
Tabel 4.11 Harga bersaing dengan produk yang lainnya.....	56
Tabel 4.12 Harga sesuai dengan harapan.....	57
Tabel 4.13 Iklan yang ditampilkan CDMA Esia sangat menarik.....	58
Tabel 4.14 Bonus yang diberikan CDMA Esia sangat beragam.....	59
Tabel 4.15 Tarif telepon,sms, dan internet yang diberikan sangat murah.....	60

Tabel 4.16 Lokasi untuk mendapatkan CDMA Esia mudah ditemui.....	61
Tabel 4.17 Jangkauan pemasaran CDMA Esia sudah tersebar diberbagai Wilayah.....	62
Tabel 4.18 Rekapitulasi Operasional Variabel Persepsi Konsumen.....	63
Tabel 4.19 Saya ingin mengganti handphone yang lama dengan yang baru.....	64
Tabel 4.20 Saya membeli produk CDMA Esia karena mudah dalam Penggunaanya.....	65
Tabel 4.21 Saya membeli produk CDMA Esia karena sedang tren saat ini.....	66
Tabel 4.22 Saya mencari informasi produk CDMA Esia melalui media cetak dan media elektronik.....	67
Tabel 4.23 Saya mencari informasi CDMA Esia melalui teman dan lingkungan sekitar.....	68
Tabel 4.24 Dari banyak pilihan handphone CDMA ,handphne esialah yang saya pilih.....	69
Tabel 4.25 Saya memilih handphone CDMA Esia karena sesuai dengan kebutuhan saya dalam beraktifitas.....	70
Tabel 4.26 Saya membeli CDMA Esia karena keputusan sendiri.....	71
Tabel 4.27 Saya membeli CDMA Esia karena keputusan keluarga.....	72
Tabel 4.28 Saya membeli CDMA Esia karena keputusan teman.....	73
Tabel 4.29 Setelah saya membeli CDMA Esia saya tertarik untuk membelinya kembali.....	74

Tabel 4.30 Setelah saya puas memakai CDMA Esia dan menceritakannya kepada orang lain.....	75
Tabel 4.31 Rekapitulasi Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4.32 Output SPSS Variable Entered / Removed.....	77
Tabel 4.33 Output SPSS Coefficient.....	78
Tabel 4.34 Output SPSS Model Summary.....	80
Tabel 4.35 Koefisien Korelasi.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar Kurva 3.3 Kurva Uji t.....	43
Gambar Kurva 4.33 Daerah Penentuan H_0 pada Uji Signifikan.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Kuesioner

Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup