



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK *HANDPHONE*
PADA MAHASISWA/I KELAS KARYAWAN ANGKATAN 2009
JURUSAN MARCOM UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising**

Disusun Oleh :

ASEP NUGRAHA

44305110002

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Asep Nugraha
NIM : 44305110002
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Handphone* Pada Mahasiswa/i Kelas Karyawan Angkatan 2009 Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, 28 Januari 2011

Mengetahui

Pembimbing

(Dr. Akhmad Mulyana, M.Si)

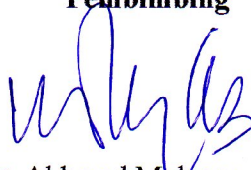
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Asep Nugraha
NIM : 44305110002
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Handphone* Pada Mahasiswa/i Kelas Karyawan Angkatan 2009 Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana Jakarta

Jakarta, 12 Februari 2011

Mengetahui

Pembimbing



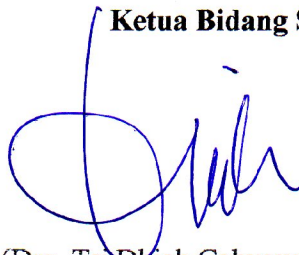
(Dr. Akhmad Mulyana, M.Si)

Dekan Fakultas



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Asep Nugraha
NIM : 44305110002
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Handphone* Pada Mahasiswa/i Kelas Karyawan Angkatan 2009 Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana Jakarta

Jakarta, 12 Februari 2011

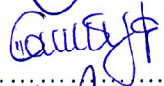
1. Ketua Sidang

Dra. Tri Dhiah Cahyowati M.Si

()

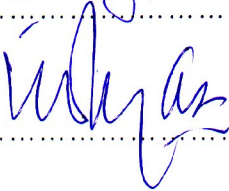
2. Penguji Ahli

A. Judhie Setiawan, SE, M.Si

()

3. Pembimbing

Dr. Akhmad Mulyana, M.Si

()

SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Jakarta, 23 Januari 2011



Asep Nugraha

NIM. 44305110002

MOTTO & PERSEMBAHAN

MOTTO:

1. Always fight for what you want.
2. Think positively so you can achieve anything what you want
3. Dimana ada kemauan pasti ada jalan

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta, sebagai orang yang paling penulis sayangi yang menjadi semangat untuk bisa membuat mereka bangga sehingga dapat memberikan yang terbaik.
2. Keluarga tercinta yang selalu memberi energi positif untuk tetap semangat walau berat.
3. Teman-teman Fikom angkatan 7 baik marcom maupun broadcast.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **”Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Handphone* Pada Mahasiswa/i Kelas Karyawan Angkatan 2009 Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana Jakarta”**. Dalam kesempatan yang baik ini, penulis dengan ketulusan ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi yang berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Akhmad Mulyana M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar untuk meluangkan waktunya dalam membimbing dan memberikan masukan, kritik serta saran kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana Kelas Karyawan Angkatan 2009 yang telah membantu dalam pengisian kuesioner.
3. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati M.Si selaku Kepala Program Studi Marketing Communication & Advertising dan sekaligus Ketua Sidang yang telah memberikan kritikan serta masukan yang sangat berarti untuk penulisan skripsi ini.
4. Bapak A. Judhie Setiawan, SE, M.Si selaku Penguji Ahli yang telah memberikan kritikan saran dan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Hardiyanto, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
6. Ibu Dra. Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terima kasih untuk segala kesempatan dan kemudahan yang diberikan saat penyusunan ini.
7. Shintia Fridaningrum yang telah banyak memberikan masukan dalam penelitian ini.
8. Martini, Arnie & Ipong yang telah memberi semangat kepada penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk Ibu dan Bapak saya tercinta yang selalu mendoakan setiap harinya.

10. Dan kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis akan menerima kritik dan saran sebagai masukan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa bersama kita dan meridhoi jalan hidup kita. Amin

Jakarta, 23 Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul Tugas Akhir	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iv
Pernyataan	v
Halaman Moto dan/atau Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstraksi	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis	
1.4.2 Manfaat Praktis	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kegiatan Pemasaran Sebagai Proses Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.3 Pengertian Kebutuhan (Needs)	11
2.4 Pengertian Keinginan (Wants)	13
2.5 Preferensi Konsumen.....	14
2.6 Persepsi Konsumen	18
2.7 Perilaku Konsumen	21

2.8	Perilaku Pembelian Konsumen	22
2.9	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	24
2.10	Keterlibatan Konsumen.....	27
2.11	Tingkat Keterlibatan Konsumen	28
2.12	Telepon Genggam (<i>Handphone</i>)	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Populasi & Sampel Penelitian	34
	3.3.1 Populasi	
	3.3.2 Sampel	
3.4	Definisi Konsep & Operasional Konsep Penelitian	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
	a. Data Primer	
	b. Data Sekunder	
3.7	Teknik Analisa Data	37
	a. Teknik Sampling	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2	Hasil Penelitian	41
	A. Demografis	
	B. Psikografis	48
	C. Kebutuhan	61
4.3	Pembahasan	63
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran-saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Surat Keterangan Penelitian

Data Jumlah Mahasiswa

Tabel Jumlah Mahasiswa Angkatan 2009

Kuesioner

BIODATA