Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya)



Skripsi Oleh:

M. Wahyu Taruna 01101001027 Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2014

R. 28783/26344

S 658.314207 Wah P 2014 C. 141815'

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa

FE Universitas Sriwijaya Inderalaya)





Skripsi Oleh:

M. Wahyu Taruna

01101001027

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

2014

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY (STUDI KASUS MAHASISWA FE UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDERALAYA)

Disusun Oleh:

Nama

: M. Wahyu Taruna

NIM

: 01101001037

Fakultas

: Ekonomi

Jurusan

: Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal, 17 Mei 2014 Pembimbing I:

Drs. H. Islahuddin Daud, MM

NIP 195306241984031001

Tanggal, 21 Mei 2014 Pembimbing II:

Drs. H. A. Widad, M.Sc

NIP 195512281981021002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY (STUDI KASUS MAHASISWA FE UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDERALAYA)

Disusun oleh:

Nama

: M. Wahyu Taruna

NIM

:01101001037

Fakultas

: Ekonomi

Bidang Kajian/Kosentrasi

: Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 9 Juni 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 9 Juni 2014

Ketua

Drs. H. Islahuddin Daud, MM NIP 195306241984031001

Anggota

Drs. H. A. Widad, M.Sc NIP 195512281981021002 Drs. H. A. Nazaruolin, MM NIP. 195706131981031002

Mengetahui, Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa

: M. Wahyu Taruna

NIM

: 01101001037

Fakultas

: Ekonomi

Jurusan

: Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya)

Pembimbing:

Ketua

: Drs. H. Islahuddin Daud, MM

Anggota

: Drs. H. A. Widad, M.Sc

Tanggal Ujian: 9 Juni 2014

adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 9 Juni 2014 Pembuat Pernyataan,

M. Wahyu Taruna NIM 01101001037

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya). Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh Merek, , Fitur, Mutu dan Desain, terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry (studi kasus mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya). Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- ALLAH SWT, terima kasih atas segala rahmat, karunia, ridho, kesehatan, rejeki, bimbingan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Dosen pembimbing saya bapak Drs. H. Islahuddin Daud, MM dan bapak Drs. H. A. Widad, M.Sci
- 3. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
- 4. Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya bapak Welly Nailis, S.E, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- 5. Dosen penguji bapak Drs. A. Nazaruddin, MM
- 6. Kedua orang tua saya, alm. Achmad Nesosria Adnan dan Yuniar

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Tuhan Yang Maha

Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, Aamiin Yarobbal'alamin.

Palembang, 9 Juni 2014

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY (STUDI KASUS MAHASISWA FE

UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDERALAYA)

Oleh:

M. Wahyu Taruna

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek, fitur, mutu dan desain terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna ponsel BlackBerry yang merupakan mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya. Tehnik sampling yang digunakan adalah metode Roscoe. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa atribut produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry sebesar 43,1%. Melalui uji F juga dapat dilihat bahwa bauran pemasaran jasa memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan karena f_{hitung} (18,026) > f_{tabel} (2,47). Dari hasil uji T, variabel atribut produk mempengaruhi tingkat keputusan konsumen membeli ponsel BlackBerry dengan persamaan Y = 0,149 + 0,236X1 + 0,298X2 + 0,245X3 + 0,047X4. Variabel fitur memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci: Atribut Produk, Merek, Fitur, Mutu, Desain, Keputusan Pembelian

Ketua,

Drs. H. Islahuddin Daud, MM

NIP 195306241984031001

Anggota,

Drs. H. A. Widad, M.Sc

NIP 195512281981021002

Mengetahui, Ketua Jurusan

Or. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

EFFECTS OF PRODUCT ATTRIBUTES TO PURCHASING DECISION FOR BLACKBERRY MOBILE PHONE

By:

M. Wahyu Taruna, Drs. H. Islahuddin Daud, MM, Drs. H. A. Widad, M.Sc

This research objective is to understand effects of product attributes, consisted of: brand, feature, quality and design, to consumer decision in purchasing BlackBerry mobile phone, partially and simultaneously. Population used in this research gathered from economic student at Economic Faculty of University Of Sriwijaya Inderalaya. Sampling technique used was Roscoe method. The analysis technique for this research was multiple regression analysis. This research yielding results that product attributes have effects on consumer decision to purchase BlackBerry mobile phone with value 43.1%. Through F testing, it also shows that service marketing mix have positive and significant simultaneous effects as results of f_{testing} (18.026) > f_{table} (2.47). From T Testing, product attributes variable affecting consumer decision to purchase BlackBerry mobile phone with equation Y = 0.149 + 0.236X1 + 0.298X2 + 0.245X3 + 0.047X4. Feature variable have dominant effects on consumer decision.

Keywords: Product Attributes, Brand, Feature, Quality, Design

Knowing as,

First Advisor,

Drs. H. Islauddin Daud, MM NIP 195306241984031001

Second Advisor.

Drs. H. A. Widad, M.Sci NIP 195512281981021002

Chairman

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa

Jenis Kelamin

Tempat/Tanggal Lahir

Agama

Status

Alamat Rumah (Orang Tua)

Alamat Email

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar

SMP

SMA

: M. Wahyu Taruna

: Laki-laki

: Palembang, 5 Oktober 1992

: Islam

: Belum Menikah

: Perumahan Bukit Sejahtera Blok AC

-02 RT. 68 RW.21 Palembang

: yongwahyong@gmail.com

: SD N 12 Palembang

: SMP N 18 Palembang

: SMA N 2 Palembang

:

Pengalaman Organisasi

> Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen UNSRI 2012

 Kepada Divisi Minat dan Bakat Ikatan Mahasiswa Manajemen UNSRI 2013

> Liaison Officer Islamic Solidaridity Games 2013

UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA

TANGGAL : 18 JUN 2014

DAFTAR ISI

2.1.4 Karakteristik Produk
2.1.5 Karakteristik Atribut Produk17
2. 2 Penelitian Terdahulu
2. 3 Kerangka Konseptual 19
BAB III METODE PENELITIAN
3. 1 Ruang Lingkup Penelitian
3. 2 Rancangan Penelitian 20
3. 3 Identifikasi, Definisi Operasional, Indikator & Pengukuran Variabel . 21
3. 4 Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel
3. 5 Jenis, Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data
3. 6 Tehnik Analisis Data
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN
4. 1 Sejarah singkat Perusahaan
4. 2 Akurasi Data
4. 3 Uji Validitas
4. 4 Uji Realibilitas
4. 5 Analisa Statistik Deskriptif
4. 5. 1 Analisa Deskriptif Non Variabel
4. 5. 1. 1 Jenis Kelamin
4. 5. 1. 2 Usia
4. 5. 1. 3 Pertimbangan 40
4. 5. 1. 4 Tempat
4. 5. 1. 5 Waktu
4. 5. 1. 6 Informasi
4. 5. 1. 7 Pendapat

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa

: M. Wahyu Taruna

NIM

: 01101001037

Fakultas

: Ekonomi

Jurusan

. Ekonomi

Jurusan

: Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya)

Pembimbing:

Ketua

: Drs. H. Islahuddin Daud, MM

Anggota

: Drs. H. A. Widad, M.Sc

Tanggal Ujian: 9 Juni 2014

adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 9 Juni 2014 Pembuat Pernyataan,

M. Wahyu Taruna NIM 01101001037

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya). Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh Merek, , Fitur, Mutu dan Desain, terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry (studi kasus mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya). Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- ALLAH SWT, terima kasih atas segala rahmat, karunia, ridho, kesehatan, rejeki, bimbingan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Dosen pembimbing saya bapak Drs. H. Islahuddin Daud, MM dan bapak Drs. H. A. Widad, M.Sci
- 3. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
- 4. Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya bapak Welly Nailis, S.E, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- 5. Dosen penguji bapak Drs. A. Nazaruddin, MM
- 6. Kedua orang tua saya, alm. Achmad Nesosria Adnan dan Yuniar

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, Aamiin Yarobbal'alamin.

Palembang, 9 Juni 2014

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY (STUDI KASUS MAHASISWA FE

UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDERALAYA)

Oleh:

M. Wahyu Taruna

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek, fitur, mutu dan desain terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna ponsel BlackBerry yang merupakan mahasiswa FE Universitas Sriwijaya Inderalaya. Tehnik sampling yang digunakan adalah metode Roscoe. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa atribut produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ponsel BlackBerry sebesar 43,1%. Melalui uji F juga dapat dilihat bahwa bauran pemasaran jasa memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan karena f_{hitung} (18,026) > f_{tabel} (2,47). Dari hasil uji T, variabel atribut produk mempengaruhi tingkat keputusan konsumen membeli ponsel BlackBerry dengan persamaan Y = 0,149 + 0,236X1 + 0,298X2 + 0,245X3 + 0,047X4. Variabel fitur memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci: Atribut Produk, Merek, Fitur, Mutu, Desain, Keputusan Pembelian

Ketua,

Drs. H. Islahuddin Daud, MM

NIP 195306241984031001

Anggota,

Drs. H. A. Widad, M.Sc

NIP 195512281981021002

Mengetahui, Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

EFFECTS OF PRODUCT ATTRIBUTES TO PURCHASING DECISION FOR BLACKBERRY MOBILE PHONE

By:

M. Wahyu Taruna, Drs. H. Islahuddin Daud, MM, Drs. H. A. Widad, M.Sc

This research objective is to understand effects of product attributes, consisted of: brand, feature, quality and design, to consumer decision in purchasing BlackBerry mobile phone, partially and simultaneously. Population used in this research gathered from economic student at Economic Faculty of University Of Sriwijaya Inderalaya. Sampling technique used was Roscoe method. The analysis technique for this research was multiple regression analysis. This research yielding results that product attributes have effects on consumer decision to purchase BlackBerry mobile phone with value 43.1%. Through F testing, it also shows that service marketing mix have positive and significant simultaneous effects as results of $f_{testing}$ (18.026) > f_{table} (2.47). From T Testing, product attributes variable affecting consumer decision to purchase BlackBerry mobile phone with equation Y =0,149 + 0,236X1 + 0,298X2 + 0,245X3 + 0,047X4. Feature variable have dominant effects on consumer decision.

Product Attributes, Brand, Feature, Quality, Design **Keywords:**

Knowing as,

First Advisor,

Drs. H. Islauddin Daud, MM

NIP 195306241984031001

Second Advisor,

Drs. H. A. Widad, M.Sci NIP 195512281981021002

Chairman

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa

Jenis Kelamin

Tempat/Tanggal Lahir

Agama

Status

Alamat Rumah (Orang Tua)

Alamat Email

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar

SMP

SMA

: SMP N 18 Palembang

: SMA N 2 Palembang

: SD N 12 Palembang

: M. Wahyu Taruna

: Belum Menikah

: Palembang, 5 Oktober 1992

- 02 RT. 68 RW.21 Palembang: yongwahyong@gmail.com

: Laki-laki

: Islam

Pengalaman Organisasi

> Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen UNSRI 2012

: Perumahan Bukit Sejahtera Blok AC

 Kepada Divisi Minat dan Bakat Ikatan Mahasiswa Manajemen UNSRI 2013

> Liaison Officer Islamic Solidaridity Games 2013

ix

UPT PERPUSTAKAAN WILLIAMA

NO. DAFTAR :

TANGGAL :

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSIi
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIFii
LEMBAR ERSETUJUAN SKRIPSIiii
SURAT PERNYATAAN KARYA ILMIAHiv
KATA PENGANTARv
ABSTRAKvii
ABSTRACTviii
DAFTAR RIWAYAT HIDUPix
DAFTAR ISIx
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBARxiv
DAFTAR LAMPIRANxv
BAB I PENDAHULUAN
1. 1 Latar Belakang
1. 2 Perumusan Masalah
1. 3 Tujuan Penelitian
1. 4 Manfaat Penelitian
1. 5 Sistematika Penulisan
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2. 1 Landasan Teori
2. 1. 1 Produk
2. 1. 2 Klasifikasi Produk
2. 1. 3 Atribut Produk

2.1.4 Karakteristik Produk	
2.1.5 Karakteristik Atribut Produk	7
2. 2 Penelitian Terdahulu	
2. 3 Kerangka Konseptual	
BAB III METODE PENELITIAN	
3. 1 Ruang Lingkup Penelitian	
3. 2 Rancangan Penelitian	
3. 3 Identifikasi, Definisi Operasional, Indikator & Pengukuran Variabel . 21	
3. 4 Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	
3. 5 Jenis, Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data	
3. 6 Tehnik Analisis Data	
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	
4. 1 Sejarah singkat Perusahaan	
4. 2 Akurasi Data	
4. 3 Uji Validitas	
4. 4 Uji Realibilitas	
4. 5 Analisa Statistik Deskriptif	
4. 5. 1 Analisa Deskriptif Non Variabel	
4. 5. 1. 1 Jenis Kelamin	
4. 5. 1. 2 Usia	
4. 5. 1. 3 Pertimbangan	
4. 5. 1. 4 Tempat	
4. 5. 1. 5 Waktu	
4. 5. 1. 6 Informasi	
4. 5. 1. 7 Pendapat	

4. 5. 2 Analisis Deskriptif Variabe Independen	44
4. 5. 2. 1 Merek	44
4. 5. 2. 2 Fitur	45
4. 5. 2. 3 Mutu	46
4. 5. 2. 4 Desain	47
4. 5 .3 Analisis Deskriptif Variabel Dependen	48
4. 6 Analisis Regressi Berganda Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
4. 7 Pembahasan	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5. 1 Kesimpulan	59
5. 2 Saran	60
Daftar Pustaka	61
Lampiran	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2013	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 4. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
Tabel 4. 2 Frekuensi Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 3 Frekuensi Usia	39
Tabel 4. 4 Frekuensi Tempat	41
Tabel 4. 5 Frekuensi Waktu	42
Tabel 4. 6 Frekuensi Informasi	42
Tabel 4. 7 Frekuensi Pendapat	43
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Merek	44
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Fitur	45
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Mutu	46
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Desain	47
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Dependen	48
Tabel 4. 13 Koefisien Regressi dan Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Tahapan Keputusan Pembelian	
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	. 19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	65
Lampiran 2	69
Lampiran 3	72
Lampiran 4	75
Lampiran 5	77



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pemasaran yang dinamis menuntut perusahaan semakin kompetitif agar memiliki keunggulan daya saing. Untuk dapat tetap eksis dalam proses produksi dan kontinyuitas perusahaan tetap terjaga, perusahaan dituntut untuk semakin bekerja keras, kreatif dan inovatif. Disisi lain konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk. Membuat produk yang bermutu dan digemari merupakan tantangan bagi perusahaan.

Oleh karna itu, perusahaan dituntut untuk memproduksi suatu produk yang berkualitas sehingga konsumen menjadi puas. Dan juga pentingnya perusahaan untuk memproduksi produk yang unik sehingga konsumen dapat dengan mudah membedakannya dengan produk yang sejenis. Didalam dunia pemasaran, strategi yang sangat terkenal dan banyak digunakan kalangan pemasar agar mendapat tanggapan yang diinginkan dari pasar ialah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut Kotler dan Keller (2009) bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapat tujuan perusahaan.

Unsur produk yang dianggap penting dan menjadi dasar dari keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah atribut produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2009) produk adalah semua hal yang ditawarkan ke pasar untuk

mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Atribut produk dapat berupa sesuatu yang berwujud seperti desain produk, merek kemasan, kemasan dan label serta yang tidak berwujud misalnya nama baik, pelayanan, jaminan dan sebagainya. Menurut Tjiptono (2007:103) atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh. konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dengan berkembanganya kehidupan manusia, maka teknologi sebagai alat bantu kehidupan manusia juga ikut berkembang. Salah satu teknologi yang memiliki perkembangan sangat pesat adalah sector teknologi informasi. Teknologi Informasi adalah sebuah bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan, dan atau menyampaikan informasi (Willams & Sawyer, 2005). berikut merupakan macammacam teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan oleh masyarakat di dunia.

1. Internet

Internet adalah sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung secara fisik dan memiliki kemampuan untuk membaca dan menguraikan protokol komunikasi tertentu yang disebut *Internet Protocol* (IP) dan *Transmission Control Protocol* (TCP).Protokol adlah spesifikasi sederhana mengenai bagaimana komputer saling bertukar infromasi (Allan, 2005:12).

2. Telepon

Telepon adalah alat telekomunikasi yang dapat mengirimkan pembicaraan melalui sinyal listrik.

3. Ponsel

Ponsel biasanya disebut juga dengan cellular. Merupakan pengembangan teknologi telepon, dimana perangkatnya dapat digunakan sebagai perangkat untuk mobile atau berpindah-pindah.

4. Fax

Disingkat dengan FoIP, Suatu mekanisme untuk mengirimkan fax melalui Internet (yang berbasis IP). Hal ini mirip seperti VoIP.

5. Pager

Pager adalah alat panggil seperti handphone namun lebih praktis dikarenakan, pager tidak memiliki fasilitas lainnya selain sms. Pager hanya bisa menerima SMS dan tidak bisa mengirim SMS.

6. Push to Talk

Alat bicara yang ukuran tubuhnya lumayan kecil.Pembicara yg memakainya harus bergantian dengan lawan bicaranya "misal:si A berbicara lalu berhenti, si B menunggu bunyi *beep barulah menjawabnya.Kesimpulannya PTT bisa dipakai dengan berbanyak orang namun orang-orang yang memakainya harus berbicara secara bergantian.

Dari 6 jenis teknologi komunikasi diatas, lima tahun belakangan ini yang paling berkembang pesat adalah ponsel. Ponsel mempunyai pasar yang cukup besar dalam dunia telekomunikasi, sama halnya seperti teknologi. Dimana kebutuhan konsumen akan keleluasaan berkomunikasi semakin bebas dan semakin berkembangnya teknologi seluler yang memiliki jangkauan yang luas adalah teknologi sistem mobile (GSM) yaitu sebuah sistem komunikasi tanpa kabel yang dikembangkan dan digunakan secara menyeluruh diseluruh dunia. Sehingga penggunaannya dapat digunakan dimanapun asalkan ada jaringan yang memberikan layanan.

Masih menjadil hal yang menarik dalam ingatan kita ketikaponsel BlackBerry atau yang lebih dikenal dengan BB memasuki pasar Indonesia pada tahun 2008 dan tak lama kemudian masyarakat Indonesia terkena syndrome BlackBerry atau yang kita kenal dengan istilah demam BlackBerry. Pada awalnya, yang menjadi kegemaran masyarakat adalah jenis Curve 8310, Curve 8320 dan juga Bold. Namun tak lama dari peluncuran seri Bold, pihak BlackBerry mengeluarkan produk Javelin untuk memperkaya pilihan konsumen mereka. Setelah kemunculan seri Bold dan Javelin, dipenghujung tahun 2009 munculah seri Gemini yang kemudian diikuti dengan munculnya seri Onyx pada awal tahun 2010.

Berdasarkan hasil survey Top Brand Award pada tahun 2013 kategori smartphone, BlackBerry masih sangat diminati pasar di Indonesia. Meskipun saat ini fitur andalan mereka yaitu BlackBerry Massengger (BBM) juga terdapat pada smartphone lainnya. Berikut hasil survey Top Brand Award tersebut.

Tabel 1.1
Top Brand Index 2013

No	Brand	Top Brand Index
1	BlackBerry	39%
2	Nokia	37%
3	Samsung	11.1%
4	Nexian	3.6%
5	iPhone	2%
6	Cross	1.9%

Sumber: www.topbrand-award.com

Pada beberapa penelitian sebelumnya telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai atribut produk. Seperti yang dilakukan oleh Siti Humairo' dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nexian (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)". Siti Humairo' menggunakan dua variabel bebas yaitu mutu dan merek. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nenik Kartika dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)" menggunakan tiga variabel bebas yaitu mutu, merek dan desain. Untuk menghindari kesamaan dengan penelitian — penelitian terdahulu, penulis menambahkan satu lagi variabel bebas dalam skripsinya yaitu fitur. Sehingga secara keseluruhan penelitian ini memiliki empat variabel bebas yaitu merek, fitur, mutu dan desain.

Dari penjelasan dan didorong rasa ingin mengetahui secara lebih lanjut mengenai pengaruh atribut produk terhadap konsumen dalam menentukan pembeliannya maka

penulis skripsi ini mengambil judul "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian BlackBerry (Studi Kasus Mahasiswa FE Unsri Indralaya)".

1.2 Rumusan Masalah

- 1. Apakah atribut produk mempengaruhi secara makna terhadap keputusan konsumen membeli BlackBerry?
- 2. Variabel manakah dari atribut produk yang paling dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian BlackBerry oleh konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui besarnya pengaruh atribut produk terhadap keputusan konsumen membeli BlackBerry
- 2. Untuk mengetahui variabel atribut produk manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian BlackBerry

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi masukan dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat permasalahan atau penelitian yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan agar dapat dimanfaatkan untuk menganalisa permasalahan yang timbul khususnya dari pihak eksternal perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis akan memberikan gambaran secara garis besar mengenai sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini dijadikan dalam 5 bab pembahasan yaitu:

Bab I: Pendaluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, variabel-variabel penelitian yang digunakan yaitu merek, mutu, fitur dan desain. Kemudian terdapat tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta metode analisis.

Bab IV: Gambaran Perusahaan dan Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang gambaran perusahaan dan pembahasan hasil analisis data.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dari hasil perhitungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary & Philip Kotler (2007). Marketing An Intoduction (Eight Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsi-Prinsip Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran, M.M.: Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran. 12th Edition Jilid 1 dan 2. PT. Indeks, Jakarta.
- Puspowarsito, A.H. 2008. Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung: HUMANIORA.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2007. Research Methods for Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Siti. 2011. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen, Jakarta: Indeks
- Setiawan. 2012. Pengaruh Atribut Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Jupiter Series Pada Dealer Yamaha Agung Motor Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 1 No. 1. Universitas Diponegoro.

- Setiawan, Fitra Ade. 2012. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Digital Di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Tranggono, Ganda Rangga. 2010. Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tabloid Bethany Pada Bethany Publishing House (Study kasus pada Jemaat Gereja Bethany Indonesia jalan Manyarrejo). Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN".
- Pamujo, Novian Yuga. 2011. Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise (Studi Pada Kedai Digital 7 Di Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Gartner, Inc. 2013 Samsung and Apple held 52% of the smartphone market in Q4.

 Diambil pada tanggal 5 maret 2013 dari

 http://www.gsmarena.com/samsung and apple take top spotswhile battle

 goes on for third -news-5540.php
- Dedi, Aji M. 2008 Pengertian teknologi. Diambil pada tanggal 5 maret 2013 dari http://ajidedim.wordpress.com/teknologi-islami/technology/
- Chandra, Tegar G. 2012 Pengertian Teknologi Informasi Menurut Para Ahli. Diambil pada tanggal 5 maret 2013 dari http://30211259.blogspot.com/2011/09/pengertian-teknologi-informasi-menurut.html
- Pamungkas, Ardianto. 2011 Macam-macam Alat Teknologi Informasi dan Komunikasi. Diambil pada 5 maret 2013 dari http://ardiantopamungkas.blog.com/2011/01/07/macam-macam-alat-teknologi-informasi-dan-komunikasi/

- Dewi, Putri A. 2012 Apa Itu Internet ? Pengertian Jaringan Internet Menurut Para Ahli Teknologi Informasi. Dimabil pada tanggal 5 maret 2013 dari http://ardiantopamungkas.blog.com/2011/01/07/macam-macam-alat-teknologi-informasi-dan-komunikasi/
- Danu, Hervan U. 2012 Pengertian Smartphone dan Ciri-cirinya. Diambil pada tanggal 5 maret 2013 dari http://www.tahuinfo.com/2012/03/pengertian-smartphone-dan-ciri-cirinya.html
- Lepank. 2012 Pengertian Aplikasi Menuturt Beberapa Ahli. Diambil pada tanggal 6 maret 2013 dari http://www.lepank.com/2012/08/pengertian-aplikasi-menurut-beberapa.html
- Paseban.com. 2012 Berbagai Kelebihan dan Pengertian Sistem Operasi Smartphone Populer Saat Ini. Diambil pada tanggal 8 maret 2013 dari http://portal.paseban.com/article/8911/pengertian-sistem-operasi-smartphone-populer
- Adhitya, Ardhie. 2012 Profil Perusahaan Samsung. Diambil pada tanggal 8 maret 2013 dari http://www.scribd.com/doc/83180028/Profil-an-Samsung
- Androidphone.web.id. 2012 Smartphone Android Pertama dari Berbagai Vendor.

 Diambil pada tanggal 8 maret 2013 dari

 http://androidphone.web.id/smartphone-android-pertama-dari-berbagai-vendor.html
- https://www.facebook.com/groups/droidersPalembang/ Palembang diambil pada tanggal 6 april 2013) (komunitas android