

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK MODEM FLASH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS : MAHASISWA/WI
UNSRI KAMPUS PALEMBANG)**



Oleh :

PUTRI VADIZSA LIRIANA

01101401023

MANAJEMEN

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2014

S
658.8107
Put
P
2014

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK MODEM FLASH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS : MAHASISWA/WI
UNSRI KAMPUS PALEMBANG)**



Oleh :

PUTRI VADIZSA LIRIANA

01101401023

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2014

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT MODEM FLASH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS : MAHASISWA/WI UNSRI KAMPUS PALEMBANG)**

Disusun Oleh :

NAMA : PUTRI VADIZSA LIRIANA
NIM : 01101401023
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
BIDANG KAJIAN KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN



Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 03 Februari 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 03 Februari 2014

Ketua

Anggota

Anggota

Hj. Nofiauwaty, S.E, M.M

NIP. 196911081994012001

Welly Nailis, S.E, M.M

NIP.197407102008011011

Dra.Hj.Suhartini Karim, MM

NIP.195210201981032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr.H.Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH ATRIBUT MODEM FLASH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS : MAHASISWA/WI UNSRI KAMPUS PALEMBANG)**

Disusun Oleh :

NAMA : PUTRI VADIZSA LIRIANA

NIM : 01101401023

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

BIDANG KAJIAN KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Disetujui Untuk Digunakan Dalam Ujian Komprehensif



Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua

Tanggal : 13 Januari 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nofiwaty' with a flourish at the end.

Hj. Nofiwaty, SE, MM

NIP. 196911081994012001

Anggota

Tanggal : 13 Januari 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Welly Nailis' with a flourish at the end.

Welly Nailis, SE, MM

NIP. 197407102008011011

Surat Pernyataan

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dari mahasiswa :

Nama : Putri Vadizsa Liriana
Nim : 0110140101023
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian /Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH ATRIBUT MODEM FLASH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDY KASUS :
MAHASISWA/WI UNSRI KAMPUS PALEMBANG)**



Telah kami periksa cara penulisan, *grammer* maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 13 Januari 2014

Pembimbing Skripsi

Ketua

Handwritten signature of Hj. Nofiawati, SE, MM.

Hj. Nofiawati, SE, MM
NIP. 196911081994012001

Anggota

Handwritten signature of Welly Nailis, SE, MM.

Welly Nailis, SE, MM
NIP. 197407102008011011

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Vadizsa Liriana
NIM : 01101401023
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

PENGARUH ATRIBUT PRODUK MODEM FLASH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS : MAHASISWA/WI UNSRI KAMPUS PALEMBANG)

Pembimbing :

Ketua : Hj. Nofiawaty, SE, M.M

Anggota : Welly Nailis, S,E, M.M

Tanggal Ujian : 03 Februari 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 kesarjanaaan.

Palembang, 03 Februari 2014

Pembuat Pernyataan,

METERAI TEMPEL
PALEMBANG
ED975ACF156488942
ENAM RIBU RUPIAH
6000
DJP

Putri Vadizsa Liriana

01101401023

Riwayat Hidup

Nama : Putri Vadizsa Liriana

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/ 26 Juni 1993

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah (Otang Tua) : Jl. Tanjung Harapan Komp PU NO 3 RT.23
RW.06 Kec. Kalidoni Kel. Bukit Sangkal
Palembang.

Alamat Email : Putri.Vadizsa@yahoo.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD Negeri 77 Palembang

SMP : SMP Negeri 1 Palembang

SMA : SMA Negeri 3 Palembang

Pendidikan Non Formal : 1. Lembaga Pendidikan LBPP LIA
2. PalComTech Palembang

Pengalaman Organisasi : 1. Himafek Unsri (Himpunan Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Universitas Sriwijaya)
2. Bujang Gadis Palembang

Penghargaan Prestasi : Finalis Bujang Gadis Palembang 2013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“ Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu,
Dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal amat buruk bagimu .**

Allah maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui “

(QS : Al-Baqarah 216)



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- **Ayahanda Tercinta Ir. H. A. Prabusari Muzir**
- **Ibunda Tercinta Dra. Hj. Saurus Tina**
- **Niai Tersayang Hj. Rogon Aliun .S.**
- **Kgs.M.Nurkholis,SE yang selalu menemani**
- **Sahabat- sahabatku tersayang**
- **Almamater dan teman-teman Seperjuangan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Atribut Modem Flash Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa/wi Unsri Kampus Palembang)**” Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Pengaruh Atribut Modem Flash Terhadap Keputusan Pembelian. 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.

1. Dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Ketua Jurusan
3. Sekretaris Jurusan
4. Para Dosen Penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran
5. Orang Tua

Palembang, 03 Februari 2014



Putri Vadizsa Liriana

ABSTRAKSI

PENGARUH ATRIBUT PRODUK MODEM FLASH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Mahasiswa/Wi Unsri Kampus Palembang)

Oleh :
Putri Vadizza Liriana

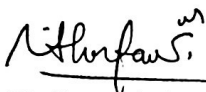
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk yang meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui variabel atribut produk manakah yang meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi yang dominan terhadap keputusan pembelian. Ruang lingkup penelitian hanya membahas pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Modem Flash. Rancangan penelitian ini adalah sebab akibat atau kausal yang terdiri dari lima variabel yaitu variabel independen (X) yang diukur melalui tingkat atribut produk yang meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi serta variabel dependen (Y) adalah variabel yang diukur melalui keputusan pembelian. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Dalam penelitian menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu: metode kuesioner (angket) dan metode wawancara. Metode pemilihan sampel adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil pengujian empiris, secara simultan variabel merek (X1), label (X2), kemasan (X3), layanan pelengkap (X4), garansi (X5) serta variabel keputusan pembelian mahasiswa untuk Produk Modem Flash (Y) dapat diterima. Pengaruh signifikan dibuktikan dari nilai F rasio sebesar 634.904 berdasarkan uji F dengan nilai R *square* sebesar 96.5%. Sedangkan sisanya sebesar 3.5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Berdasarkan hasil pengujian empiris didapatkan bahwa variabel merek, label, layanan pelengkap, dan garansi dapat diterima. Sedangkan variabel kemasan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa untuk Produk Modem Flash.

Kata kunci: *atribut produk, modem flash, keputusan pembelian*

Telah kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak

Palembang, 13 januari 2014

Ketua



Hj. Nofiawati, SE, MM
NIP. 196911081994012001

Anggota



Welly Nailis, SE, MM
NIP. 197407102008011011

Ketua Program



Hj. Rina Tjandrakirana DP, SE, M.M, A.K
NIP. 196503111992032002

ABSTRACT

The Influence of the Product Characteristics of Modem Flash on the Decision to Buy (A Case Study: Sriwijaya University Students of Palembang Campus)

**By:
Putri Vadizsa Liriana**

This research was aimed at identifying the influence of the product characteristics – including brand, label, package, support services, and guarantee – on buying decision and identifying which factors were dominant. It focused on those of Modern Flash. This is a causality research dealing with five variables: independent variables (X) computed from brand, label, package and support services, and guarantee factors as they were related to independent variable (Y), that is, the buyers' decision. This research used primary and secondary data collected from questionnaires and interviews, and non probability sampling, specifically purposive sampling. The empirical testing shows that brand (X1), label (X2), package (X3), support services (X4) and guarantee (X5) simultaneously had a significant influence on Modem Flash (Y) as indicated by the F value of 634.904. It meant that the R^2 value was 96.5%. The rest was influenced by other factors out of this research. In other words, brand, label, support services, and guarantee factors were accepted whereas the package factor did not influence the students' decision to buy Modem Flash.

Keywords: *Product Characteristic, Modem Flash, Decision to Buy*





DAFTAR ISI

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

NO. DAFTAR : 142038

TANGGAL : 05 JUL 2014

Halaman

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA DAN INGGRIS) ..	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL ..	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN ..	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang..	1
1.2. Perumusan Masalah ..	8
1.3. Tujuan Penelitian ...	8
1.4. Manfaat Penelitian ...	9
1.5. Sistematika ...	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	
2.1.1. Pengertian Produk	11
2.1.2. Atribut Produk.....	14
2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.1.4. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.5. Tahap- Tahap Proses Pengambilan Keputusan	20
2.2. Penelitian Terdahulu..	22
2.3. Kerangka Konseptual ..	24
2.4. Hipotesis..	25
2.5. Gambaran Umum Objek Penelitian ...	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2. Rancangan Penelitian ..	28
3.3. Jenis Data dan Sumber Data... ..	29
3.3.1. Metode Pengumpulan Data ..	29
3.4. Populasi dan Sampel ...	30
3.5. Identifikasi Variabel	31
3.6. Instrumen Penelitian.....	33
3.7. Pengujian Validitas..	34

3.8. Pengujian Reliabilitas..	35
3.9. Metode Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Uji Instrumen.....	40
4.1.1.1. Hasil Uji Validitas	41
4.1.1.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.1.2. Gambaran Umum Responden... ..	43
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.2. Analisis Data.....	61
4.2.1. Analisis Regresi Berganda	61
4.2.2. Hasil Uji F, Uji t,	64
4.2.2.1. Hasil Uji F.....	64
4.2.2.2. Hasil Uji t	67
4.3. Pembahasan Hasil	70
4.3.1. Pembahasan Variabel Merek	71
4.3.2. Pembahasan Variabel Label.....	73
4.3.3. Pembahasan Variabel Kemasan	74
4.3.4. Pembahasan Variabel Layanan Pelengkap	75
4.3.5. Pembahasan Variabel Garansi	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	78
Daftar Pustaka	80
Lampiran-Lampiran	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Spesifikasi Modem	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen	41
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Instrumen	42
Tabel 4.3 Crosstabulation Jenis Kelamin dan Usia.....	44
Tabel 4.4 Crosstabulation Pendidikan dan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.5 Crosstabulation Jenis Kelamin dan Pengeluaran Perbulan	46
Tabel 4.6 Frekuensi Alasan Responden	47
Tabel 4.7 Frekuensi Tempat Responden Membeli	48
Tabel 4.8 Frekuensi Sumber Informasi	49
Tabel 4.9 Frekuensi Tingkat Menggunakan	50
Tabel 4.10 Frekuensi Kriteria Memilih Modem.....	51
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Merek.....	52
Tabel 4.12 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Label	53
Tabel 4.13 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Kemasan	54
Tabel 4.14 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Layanan Pelengkap	56
Tabel 4.15 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Garansi	57
Tabel 4.16 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen	59
Tabel 4.17 Hasil Analisis Berganda	61
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan)	65
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 2.3 Cover Modem Flash	25
Gambar 2.4 Varian Warna Modem Flash	26
Gambar 2.5 Pesaing Modem Flash	27

BAB I

PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, alat komunikasi yang digunakan tidak sesederhana dulu lagi tetapi sudah menjadi alat komunikasi yang canggih. Salah satu alat komunikasi yang mengalami banyak perkembangan adalah internet. Internet memiliki banyak kelebihan yang sangat mendukung aktivitas berbagai kegiatan sehari-hari baik untuk pemakaian secara pribadi, umum ataupun berbagai perusahaan, kantor, ataupun sektor-sektor pemerintahan dan swasta lainnya. Jumlah pengguna Internet yang besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya Internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan hanya berpandukan mesin pencari seperti Google, pengguna di seluruh dunia mempunyai akses Internet yang mudah atas bermacam-macam informasi. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, Internet melambangkan penyebaran (*decentralization*) / pengetahuan (*knowledge*) informasi dan data secara ekstrem.

Perkembangan Internet juga telah memengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka (dan sebagian sangat kecil melalui pos atau telepon), kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui Internet. Transaksi melalui Internet ini dikenal dengan nama *e-commerce*. Internet adalah jaringan global antar komputer untuk berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia (seperti

sekolah, universitas, institusi riset, museum, bank, perusahaan bisnis, perorangan, stasiun TV ataupun radio).

Internet berfungsi sebagai aspek komunikasi, penyedia informasi, dan fasilitas untuk promosi. Internet dapat menghubungkan kita dengan berbagai pihak di berbagai lokasi di seluruh dunia, misalnya kita bisa kirim data atau Surat dengan berbagai pihak diseluruh dunia dengan menggunakan fasilitas *Electronic mail* (E-mail). Selain fasilitas Electronic mail internet juga menyediakan fasilitas untuk ngobrol yang dalam internet disebut chatting. Kemampuan internet lainnya adalah *Usenet*, yaitu forum yang disediakan bagi pengguna internet untuk berbagi informasi dan pemikiran mengenai suatu topik melalui buletin elektronik. Dengan menggunakan forum ini, pengguna dapat mengirim pesan mengenai topik bersangkutan dan menerima tanggapan dari pihak lain. Internet terhubung dengan ratusan katalog perpustakaan, sehingga penggunaannya dapat meneliti ribuan data base yang terbuka untuk umum melalui jaringan tersebut yang disediakan oleh perusahaan, pemerintah ataupun niralaba. Pengguna internet dapat mempergunakan informasi ini untuk berbagai keperluan. Beberapa metode atau alat untuk mengakses komputer dan mencari file yang dapat diterapkan melalui internet adalah *gopher*, *archie*, dan *wide area information servers*. Dalam dunia bisnis internet digunakan sebagai alat penghubung yang praktis untuk komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, tanpa harus memikirkan waktu dan lokasi. Sekarang ini banyak situs – situs yang melakukan penjualan barang dan jasa lewat internet, dan tentunya kita kalau ingin membeli harus memakai kartu kredit, jadi

transaksi itu tedadi lewat internet (sumber : <http://www.eswete.com/sejarah-internet.html>)

Karena pentingnya internet untuk menunjang kehidupan manusia yang tidak terbatas akan informasi dan pengetahuan, maka banyak berbagai perusahaan swasta berlomba-lomba dalam mengenalkan dan mempromosikan berbagai perangkat keras (*hardware*) untuk memudahkan masyarakat didunia khususnya di Indonesia dalam pengaksesan internet dengan menggunakan perangkat yang praktis dan sederhana, yang memungkinkan pengaksesan internet dimanapun dan siap pakai. Perangkat tersebut adalah modem, disamping kita juga harus membawa netbook ataupun laptop yang digunakan tergantung kebutuhan. Modem berasal dari singkatan *Modulator Demodulator*. Modulator merupakan bagian yang mengubah sinyal informasi ke dalam sinyal pembawa (*carrier*) dan siap untuk dikirimkan, sedangkan Demodulator adalah bagian yang memisahkan sinyal informasi (yang berisi data atau pesan) dari sinyal pembawa yang diterima sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik. Modem merupakan penggabungan kedua-duanya, artinya modem adalah alat komunikasi dua arah. Setiap perangkat komunikasi jarak jauh dua-arah umumnya menggunakan bagian yang disebut “modem”, seperti VSAT, Microwave Radio, dan lain sebagainya, namun umumnya istilah modem lebih dikenal sebagai Perangkat keras yang sering digunakan untuk komunikasi pada komputer (sumber : <http://gugum-12.blogspot.com/2010/02/sejarah-modem.html>)

Menurut (Kotler, 2008) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan

inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran sebagai subyek pengambilan keputusan merupakan serangkaian tindak terprogram untuk memastikan bahwa semua operasi pemasaran dapat terorganisasi dan sesuai dengan sasaran (Chandra dkk, 2010). Salah satu *pioneer* dan merupakan provider internet terbesar di Indonesia adalah PT. Telkomsel dengan produk andalannya yaitu Telkom Flash.

Berbagai modem yang dikembangkan oleh berbagai sektor swasta begitu banyak menarik minat masyarakat khususnya dengan harga yang murah dan memiliki kecepatan konten yang dinikmati. Salah satu modem yang paling diminati sampai saat ini adalah modem yang dikeluarkan oleh Telkomsel, yaitu Flash.



Tabel 1.1
Perbandingan Spesifikasi Modem

Nama Merek	Harga	Kuota	Kecepatan
Flash	Rp. 225.000	250Mb/Bln	Download speed = 3,6Mbps Upgradeable to 6.2 Mbps. Upload Speed = 384Kbps
SmartFren	Rp 199.000	200Mb/Bln	Download speed = 3,1Mbps Upgradeable to 7,2Mbps
3	Rp. 200.000	250Mb/Bln	Download speed = 3,2Mbps Upgradeable to 7,2Mbps. Upload Speed = 384Kbps

(sumber : <http://gugum-12.blogspot.com/2010/02/sejarah-modem.html>)

Dari tabel perbandingan diatas dapat kita lihat bahwa modem Flash memiliki spesifikasi yang paling baik. Sehingga menyebabkan modem flash banyak dipilih oleh masyarakat sebagai modem pilihan mereka. Khususnya pada mahasiswa/mahasiswi Unsri Kampus Palembang yang mayoritas menggunakan modem Flash sebagai modem andalan mereka. Modem Flash memberikan apa yang mereka butuhkan, seperti sinyal modem flash yang kuat membuat modem Flash cepat menjelajahi dunia internet, walaupun di daerah pelosok yang sulit sinyal. Hal itu disebabkan modem Flash adalah modem yang di produksi Telkomsel yang sudah terkenal memiliki sinyal paling kuat diantara provider seluler atau modem lainnya. Selain Atribut produk ini nama besar Telkomsel juga turut andil dalam banyaknya konsumen yang menggunakan modem Flash, tidak hanya itu kekuatan jaringan Telkomsel juga, memiliki arti besar terhadap keputusan konsumen menggunakan modem Flash.

Universitas Sriwijaya Kampus Palembang adalah salah satu universitas negeri di Palembang yang memiliki banyak mahasiswa dan mahasiswi yang aktif menjadi pengguna internet yang tidak lepas dari peran penting sebuah modem. Mereka aktif menjadi pengguna internet demi kelancaran mereka mencari data-data yang diperlukan untuk tugas kuliah mereka atau informasi lainnya yang dapat mereka akses melalui internet. Hal inilah yang membuat banyak para mahasiswa dan mahasiswi memilih modem Flash sebagai modem andalan pilihan mereka.

Telkomsel dengan terobosannya menggandeng beberapa modem luar untuk dibundle dengan produknya merupakan salah satu usaha jempot bola yang sangat efektif untuk menarik minat masyarakat, pasalnya tidak banyak provider jaringan

GSM yang berani mengambil tindakan seperti yang dilakukan Telkomsel. Terbukti dengan usahanya ini Telkomsel mampu meraih hati masyarakat dan menambah jumlah penggunanya. Telkomsel menyediakan sekitar 20 jenis paket bundling modem internet dengan berbagai pilihan harga, yang sangat terjangkau. Tersedianya beragam pilihan paket bundling modem ini direspon positif oleh masyarakat, di mana penjualan paket modem Telkomsel Flash mencapai 70.000 paket perbulan atau melonjak sekitar 250 persen dibandingkan penjualan tahun lalu. Saat ini dari 5,3 juta pelanggan Telkomsel Flash, sebanyak 1 juta di antaranya mengakses internet menggunakan modem.

Dengan program baru dan inovatif yang dilakukan oleh Telkomsel menjadikan Flash menjadi modem favorit dipasaran, karena selain memiliki kecepatan yang handal dan stabil sekalipun ketika jam kerja, modem Flash diharapkan mampu menjadi yang terdepan dalam koneksi dan pelayanan masyarakat dengan warna dan tampilan yang menarik diberbagai varian produknya, sesuai dengan karakter para mahasiswa dan mahasiswi yang menyukai warna-warna cerah.

Suatu produk yang ditawarkan ke konsumen oleh perusahaan akan bertahan di pasaran jika atribut dari produk tersebut diterima, atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli, manfaat dari sebuah produk ini dikomunikasikan oleh atribut produk yang meliputi dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap, jaminan (garansi), atribut produk diberikan kepada konsumen bertujuan untuk menarik pembeli dan jika

atribut ini diterima maka konsumen diharapkan akan merasa puas terhadap produk tersebut yang akhirnya menghantarkan konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat (Kotler, 2008) yang menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara alternatif merek. Konsumen cenderung membeli produk yang disukainya dari segi merek yang paling disukainya. Dan tugas dari produsen adalah memenuhi keinginan konsumen guna menarik konsumen untuk membeli produk mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan (Sviokla, dikutip dalam Lupiyoadi, 2009). Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan (Lupiyoadi, 2009).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, dikutip dalam Lupiyoadi, 2009). Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Mengukur tingkat kepuasan

para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidak semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan (Lupiyoadi, 2009). Berdasarkan data serta pengamatan yang dilakukan, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **"Pengaruh atribut produk modem flash terhadap keputusan pembelian"**.

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh atribut produk meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi terhadap keputusan pembelian modem Flash?
- b. Variabel manakah yang dominan diantara merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi terhadap keputusan pembelian modem Flash ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk yang meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk mengetahui variabel atribut produk manakah yang meliputi merek, label, kemasan, layanan pelengkap, dan garansi berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari tujuan penulisan makalah ini adalah sebagai referensi atau sumber informasi yang di dapat untuk digunakan sebagai media menambah ilmu pengetahuan masyarakat.

- **Manfaat Teoritis :**
 1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang atribut produk yang paling berpengaruh dominan dari modem Flash.
 2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang berkepentingan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
- **Manfaat Praktis :**

Penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menyusun dan menetapkan strategi pemasaran agar mendapatkan hasil yang lebih optimal.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab yang secara umum dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori serta pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penilaian atas permasalahan yang dibahas yaitu : pengertian produk, pengertian atribut produk, pengertian perilaku konsumen, pengertian keputusan pembelian, penelitian terdahulu dan gambaran objek penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan kedelapan,

Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta.

Engel, James. F, Roger. D. Blackwell dan Miniard, Paul. W. 2011. *Perilaku*

Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.

Fandy Tjiptono, 2009, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan ketujuh,

Andi, Yogyakarta

Kotler, Philip .2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 10, PT. Prebalindo,

Jakarta.

Kotler & Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*.

Jakarta: Salemba Empat

Maslow, Abraham, 2008, *A Theory of Human Motivation*, Publ, New York

Nurudin, 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada

Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk, 2010, *Consumer Behavior, 10th*

Edition, New Jersey, Prentice Hall Inc, Upper Saddle River

Setiadi, N.J. 2010, *Perilaku Konsumen*, Kencana, Jakarta

Sugiyono. 2012 , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*, Alfabeta,

Bandung



Swasta & Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*,

Edisi 1, Cetakan 4, BPFE, Yogyakarta

Willian J. Staton and Lamanto.(2007). *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta.

Erlangga.

Nuraini. 2009. "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*".

Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Presetyo, Agus. 2008. "*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt supra raga A)*

<http://cpanel.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/viewArticle/1010/2013>

nadarma.ac.id/bitstream/123456789/5237/1/JURNAL_WIDYA.pdf/1010/2013

http://digilib.mercubuana.ac.id/skripsi1.php?ID_Skripsi=0000017181&NIM=431

06010125/1010/2013

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666312001687/1010/2013>

<http://www.hrmars.com/admin/pics/1270.pdf/1010/2013>

<http://share.pdfonline.com/a4fb059b1daa49079c88c35f1515868b/JURNAL%20G>

RN.htm/1010/2013

<http://gugum-12.blogspot.com/2309/2013/sejarah-modem.html>

modem carier <http://gugum-12.blogspot.com/2309/2013/sejarah-modem.html>

<http://www.eswete.com/sejarah-internet.html/2309/2013>

<http://www.telkomsel.com/howtoflash/1110/2013>