

**Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis
Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)**



OKKY OCTAPRIYADI Z.

01081001035

Manajemen

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

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2012

K 21338
21002

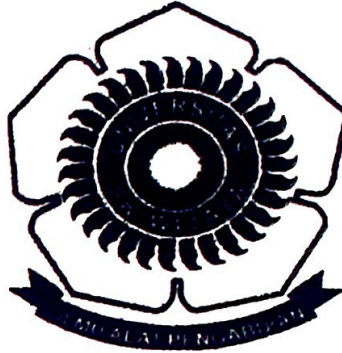
650 .034 207
OKK
a
C1/1 - 7130430
2019



Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis

Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)



OKKY OCTAPRIYADI Z.

01081001035

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2012

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Analisis Pengaruh Atribut Poduk Smartphone Samsung Berbasis

Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa

Fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)

Disusun oleh:

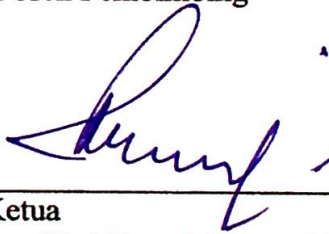
Nama : Okky Octapriyadi Zulkarnain
NIM : 01081001035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

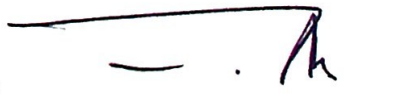
Tanggal : 3 oktober 2012

Dosen Pembimbing



Ketua
Drs. H. Akhmad Nazaruddin M.M
NIP. 19570613 198503 1002

Tanggal : 3 oktober 2012



Anggota
Drs. Achmad Widad M. Sc
NIP. 19551228 1981021002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)

Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Okky Octapriyadi Zulkarnain

NIM : 01081001035

Fakultas : Ekonomi

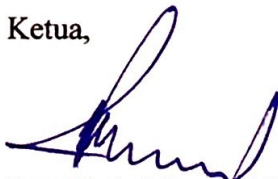
Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 22 oktober 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

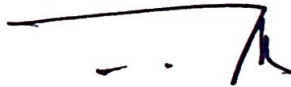
Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 22 Oktober 2012

Ketua,



Drs. H. A. Nazaruddin MM.
NIP.19570613 198503 1002

Anggota,



Drs. Achmad Widad M. Sc
NIP.19551228 198102 1002

Anggota,



Drs. Thomas Handy
NIP. 195209211981031006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Mohammad Adam, SE, M.E
NIP 196706241994021002

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Okky Octapriyadi Zulkarnain

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Bogor/22 oktober 1990

Agama : Islam

Status : Mahasiswa/Pelajar

Alamat Rumah (Orangtua) : Jalan letda A. Rozak Lr. Sukarami RT 035 RW 04
No. 115 kelurahan duku Palembang

Alamat Email : okkyflash@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD ADABIYAH II

SLTP : SLTP ADABIYAH II

SMU : SMU N 18 PALEMBANG

Pendidikan Non Formal : Tidak ada

Pengalaman Organisasi : Anggota IKAMMA

Penghargaan Prestasi : Juara 3 Futsal Antar Jurusan Ekonomi 2009 dan
Juara 2 futsal manajemen 2011

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Jadilah yang terbaik !!!

Dan

Jangan menjadi orang yang munafik !!!

Kupersembahkan Untuk :

Orang Tua Tercinta yang selalu memberikan doa

Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan

Orang yang kusayangi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya). Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas Seberapa besar pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android terhadap sikap terhadap 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. **Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM** Selaku pembimbing Skripsi 1 yang telah banyak membantu dan memberikan nasehat serta bersabar kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. **Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc** Selaku pembimbing Skripsi 2 yang telah banyak membantu dan memberikan nasehat serta bersabar kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. **Dr. Mohamad Adam, SE, ME** selaku Ketua jurusan Manajemen
4. **Welly Nailis, SE, MM** Selaku selaku Sekretaris Jurusan Manajemen
5. **Drs. Thomas Handy** selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran dalam ujian komprehensif

5. **Drs. Thomas Handy** selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran dalam ujian komprehensif
6. Untuk kedua orang tua saya **Suryadi** dan **Euis Nurlailasari** yang telah memberikan kasih perhatian, pengertian dan banyak lagi kepada saya. Tanpa kalian saya tidak akan berhasil.
7. Terima kasih untuk **mbak ninil, kak hendry dan staff ekonomi** lainnya yang telah mempermudah saya mengurus berkas selama kuliah.
8. Untuk **Ridianto, SE** , **Joko Purwanto, Wahyu Hermawan, SE** dan kawan seperjuangan Di manajemen terimakasih atas dukungannya selama ini untuk mendukung saya dalam menjalani aktivitas di Fakultas ekonomi.
9. Khusus untuk anak Manajemen konsentrasi Pemasaran **Muhammad Ramadhi, SE** , **Cindy Herin, SE** , **Meika Farinsa (Icha), SE** , **Imey pratama putri, SE** dan **kawan lainnya** terima kasih atas dukungannya dan menjadi motivasi saya untuk tidak bermalasan dalam kuliah.
10. Untuk **Ahmad fikri** kawan seperjuangan SD, SMP, dan SMA terima kasih dalam membantu saya mengeprint Skripsi Saya dan Selamat atas sarjana yang telah kamu raih.
11. Buat **Mrs. Rini** terima kasih sudah menjadi bagian kehidupan saya untuk menjalani aktivitas yang melelahkan ini.
12. Untuk keluarga saya **Mama yanti, Ayah Tito, Aditiya, Bagja, Sigma, Ayuk ega, adek putri, darrel** dan keluarga yang ada di **palembang** dan serta di **bogor** telah memotivasi saya untuk lulus kuliah.

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)

Oleh:

Okky Octapriyadi Zulkarnain

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh atribut Produk Smartphone Berbasis Android Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Konsumen dan (2) Variabel mana yang Paling dominan mempengaruhi Sikap terhadap Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Berbasis Android.

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Insidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok (Sugiyono : 2007).

Roscoe dalam penelitian *Research Methods For bussiness* (1982:253) bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate , maka jumlah anggota sampel minimal 10 dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 4 buah, yaitu: 3 (tiga) variabel Independent dan 1 Variabel dependent

Dengan perhitungan :
$$n = \text{Jumlah variabel penelitian} \times 15$$
$$= 4 \times 15$$
$$= 60 \text{ Sampel}$$

Temuan penelitian Menunjukkan bahwa pengaruh Atribut produk yang dimiliki Smartphone Samsung berbasis Android terhadap Sikap Konsumen sebesar 90,7%. Dan koefisien determinasi sebesar 82,2% yang menunjukkan variabel Kualitas Produk (X1), Fitur produk (X2), dan Desain Produk (X3) mempengaruhi Sikap Konsumen dan sisanya sebesar 17,8% dijelaskan oleh variabel lain seperti pelayanan, merek, garansi, jaminan, dan lain² yang berhubungan dengan atribut produk yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Dan yang paling dominan adalah fitur produk sebesar 70.9% dari ketiga variabel tersebut. Maka Atribut produk mempengaruhi sikap positif yang dimiliki oleh Sikap konsumen. Karena itu produsen Smartphone Samsung harus mempertahankan dan harus bisa meningkatkan atribut produk yang telah dimilikinya agar bisa bersaing dengan pesaingnya.

Kata Kunci : Atribut Produk, Sikap konsumen

ABSTRACT

Influence Analysis of Attributes Based Products Samsung Android Smartphone Towards Attitudes Consumer (Case Study Students Sriwijaya University Faculty of economics Indralaya)

By:

Okky octapriyadi Zulkarnain; Drs. H. Akhmad Nazaruddin MM

The purpose of this study were (1) To determine the effect of product attributes-Based Android Smartphone Againts Attitudes Toward Consumer and (2) where the most dominant variable affecting Consumer Attitudes Based Android Smartphone Samsung.

The sampling technique used is incidental Sampling is sampling technique based on chance, that anyone who accidentally / incidentally met with investigators can be used as a sample, if it is deemed suitable person who happened to be encountered (Sugiyono: 2007).

Roscoe in research Research Methods For bussiness (1982:253) when the study will conduct a multivariate analysis, the number of samples of at least 10 of the number of variables research. Total variable in this research are 4 pieces, namely: 3 (three) variable Independent and one dependent variables

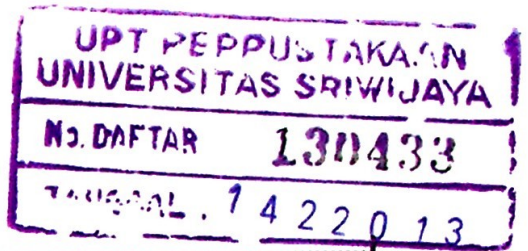
Formula:

$$\begin{aligned} n &= \text{The number of research variables} \times 15 \\ &= 4 \times 15 \\ &= 60 \text{ Sampel} \end{aligned}$$

The research findings show that the influence of product attributes that have the Android-based Samsung Smartphone towards Consumer Attitudes of 90.7%. And a coefficient of determination of 82.2% which shows a variable product quality (X1), product features (X2), and Product Design (X3) affecting Consumer Attitudes and the remaining 17.8% is explained by other variables such as service, brand, warranty, warranty and etc related product attributes that are not examined in this study and are considered fixed (ceteris paribus).

And the most dominant feature is the product of 70.9% from the three variables. Then the product attributes affect a positive attitude held by the attitude of consumers. Samsung Smartphone manufacturers therefore have to maintain and should be able to improve attribute products have to compete with its competitors.

Keywords: Product Attributes, Attitude of Consumer



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA DAN INGGRIS).....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Pemasaran.....	10
2.1.2 Produk.....	11
2.1.2.1 Atribut Produk.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3.1 Pengertian Prilaku Konsumen.....	22
2.1.3.2 Proses Pengambilan Konsumen.....	23
2.1.3.3 Sikap Konsumen.....	25
2.1.3.3.1 Definisi Sikap Konsumen.....	25
2.1.3.3.2 Fungsi-Fungsi Sikap.....	26
2.1.3.3.3 Tiga Komponen Sikap.....	27
2.1.3.3.4 Hubungan Sikap dan Prilaku.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Penelitian.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.4.1 Identifikasi Variabel.....	36
3.4.2 Batasan Operasional.....	37
3.5 Pengukuran Variabel.....	39
3.6 Jenis Data dan Pengumpulan Data.....	40
3.6.1 Jenis Data.....	40
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.7 Instrument Penelitian.....	41
3.8 Metode Analisis Data.....	42
3.8.1 Analisis Regresi Berganda.....	43
3.8.2 Uji F dan Uji T.....	44

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Uji Instrumental Penelitian.....	45
4.1.1.1 Uji Validitas.....	45
4.1.1.2 Uji Realibilitas.....	46
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.1.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel.....	47
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	52
4.1.3 Analisis Tabulasi Silang.....	57
4.1.4 Analisis Regresi Berganda.....	59
4.1.5 Analisis Korelasi.....	63
4.2 Pembahasan.....	65
 BAB V Kesimpulan dan Saran.....	 69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran-Saran.....	70
 Daftar Pustaka.....	 71
Lmpiran-Lampiran.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis- Jenis Smartphone Samsung Operation System.....	6
Tabel 1.2 Tabel penjualan dan Market Share Smartphone Di dunia.....	7
Tabel 3.1 Pengukuran terhadap Variabel Dependen.....	40
Tabel 4.1.1.1 Hasil uji validitas.....	46
Tabel 4.1.1.2 Hasil uji realibilitas variabel Utama.....	47
Tabel 4.1.2.1.a Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin responden.....	48
Tabel 4.1.2.1.b Distribusi Frekuensi berdasarkan Usia Responde.....	49
Tabel 4.1.2.1.c Distribusi Frekuensi Berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan.....	50
Tabel 4.1.2.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dari mana mengetahui produk.....	51
Tabel 4.1.2.2.a Analisis deskriptif Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.1.2.2.b Analisis deskriptif Fitur Produk.....	53
Tabel 4.1.2.2.c Analisis deskriptif Desain Produk.....	55
Tabel 4.1.3.a Analisis tabulasi Silang antara Umur dengan informasi yang didapatkan Konsumen.....	57
Tabel 4.1.3.b Tabulasi Silang antara rata-rata pengeluaran perbulan dengan dari mana mengetahui informas tentang smartphone Galaxy.....	58
Tabel 4.1.4.1 Tabel Model Summary.....	59
Tabel 4.1.4.2 Hasil Uji F(F test).....	60
Tabel 4.1.4.3 Koefisien Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.1.5.a Interval koefesien Korelasi.....	63
Tabel 4.1.5.b Korelasi antara atribut produk terhadap sikap terhadap pembelian Konsumen Smartphone Samsung berbasis Operasi Sistem Android.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1 Proses Pengambilan Keputusan.....	23
Gambar 2-2 Hubungan antar 3 Komponen Sikap.....	28
Gambar 2-3 Kerangka konseptual.....	33

SURAT PERNYATAAN INTEGRAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Okky Octapriyadi Zulkarnain

NIM : 01081001035

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang Berjudul : Analisis pengaruh atribut produk Smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya).

Pembimbing :

Ketua : Drs. Ahmad Nazzaruddin, MM

Anggota : Drs. Ahmad Widad, M.Sc

Tanggal Ujian : 22 oktober 2012

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, 22 Oktober 2012
Pembuat Pernyataan,

Tanda Tangan di atas Materai 6000



Okky Octapriyadi Zulkarnain

NIM 01081001035



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. (Flawereda R,2009)

Perusahaan memungkinkan berinovasi dan kreatif dalam membuat sebuah kebijakan dalam pengambilan keputusan untuk membuat suatu produk dikarenakan pelanggan semakin mengharapkan layanan dan mutu lebih tinggi dan adanya penyesuaian pesanan. Mereka semakin lama semakin menuntut waktu dan menginginkan lebih banyak kenyamanan. Mereka tidak terlalu memahami perbedaan-perbedaan produk nyata dan tampaknya kurang setia merek. (Kotler and Keller, 2006:16).

Kadaan ini memungkinkan produsen barang ataupun jasa untuk mengatur dan menyesuaikan berbagai macam produk yang dihasilkannya termasuk diantaranya: Produk komputer, otomotif, pakaian, kosmetik, televisi kabel, makanan, obat-obatan, produk perbankan ,telepon genggam dan sebagainya (Morrison,2010:5).

Produk merupakan Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan .(Kotler and Armstrong, 1997:274).

Unsur – Unsur produk merupakan suatu hal yang dimiliki oleh suatu produk sebagai aspek pendukung dari produk yang dipengaruhi oleh adanya berbagai segmen maupun faktor tertentu. Atribut produk merupakan faktor yang melekat pada suatu produk. Dalam mengembangkan suatu produk yang mencakup penempatan manfaat yang akan disampaikan oleh produk. Manfaat ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk seperti fitur, mutu, sifat dan rancangan dari produk.(Kotler dan Armstrong, 1997:275)

Seperti perusahaan yang berbasis teknologi yang khususnya harus selalu mobilitas dalam pembuatan produknya tersebut seperti perusahaan yang memproduksi handphone. Setiap Perusahaan handphone mempunyai ciri khas yang berbeda-beda namun secara umum mempunyai fitur, kualitas produk, dan desain yang hampir sama.

Ini merupakan Fungsi dan fitur lainnya yang dimiliki oleh *handphone* adalah Selain fungsi untuk melakukan dan menerima panggilan telepon, ponsel umumnya juga mempunyai fungsi pengiriman dan penerimaan pesan singkat(*short message service*). Ada pula penyedia jasa telepon genggam di beberapa negara yang menyediakan layanan generasi ketiga (3G) dengan menambahkan jasa videophone, sebagai alat pembayaran, maupun untuk televisi online di telepon genggam mereka. Sekarang, telepon genggam menjadi gadget yang multifungsi. Mengikuti perkembangan teknologi digital, kini ponsel juga

dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur, seperti bisa menangkap siaran radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio(MP3) dan video, kamera digital, game, dan layanan internet WAP (*Wireless Access Protocol*), GPRS (*General Packet Radio Service*), 3G (*third generation technology*). Selain fitur-fitur tersebut, ponsel sekarang sudah ditanamkan fitur komputer Seperti Android (www.dotcomcell.com). Android merupakan sistem operasi yang digunakan di smartphone dan juga tablet PC. Fungsinya sama seperti sistem operasi symbian di Nokia, iOS (*Iphone Operation Sistem*) di Apple dan Blackberry. Android tidak terikat ke satu merek *handphone* saja, beberapa vendor terkenal yang sudah memakai android antara lain Samsung, Sony Ericsson, HTC (*High Tech Computer*), Nexus, Motorola, dan lain-lain.

Sejarah Perkembangan Android pertama kali dikembangkan oleh perusahaan bernama Android Inc. dan pada tahun 2005 di akusisi oleh raksasa Internet Google. Android dibuat dengan basis kernel Linux yang telah dimodifikasi, dan untuk setiap release-nya diberi kode nama berdasarkan nama hidangan makanan. Keunggulan utama Android adalah gratis *open source*, yang membuat smartphone Android dijual lebih murah dibandingkan dengan Blackberry atau iPhone mesti fitur (*Hardware*) Android lebih baik. (www.infoteknologi.com)

Beberapa fitur utama dari Android antara lain *Wifi hotspot*, *Multi-touch*, *Multitasking*, *GPS*, *accelerometers*, *support java*, Mendukung banyak jaringan (GSM/EDGE, IDEN (*Integrated Digital Enhanced Network*), CDMA, EV-DO (*Evolution Data Only*), UMTS (*Universal Mobile Telecommunications*

System), *Bluetooth*, *Wi-Fi*, *LTE (Long Term Evolution)* & *WIMAX* (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*) serta juga kemampuan dasar handphone pada umumnya. (www.infoteknologi.com)

Dari atribut yang dimiliki oleh *Smartphone operation system* Android di atas memungkinkan mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Perilaku konsumen merupakan “proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.”(Schiffman dan Kanuk, 2000).

Dalam melakukan pembelian konsumen Sikap merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu , pemasar sangat berkepentingan dalam hal bagaimana terbentuknya sikap itu dan bagaimana bisa mengubahnya supaya konsumen bersikap positif terhadap produknya dan kemudian memutuskan untuk membeli(Prasetijo, 2004).

Sekarang Perusahaan *Smartphone* sedang berlomba – lomba menciptakan kualitas produk, fitur dan desain yang dimiliki oleh *Smartphone* tersebut untuk menciptakan Sikap positif terhadap produknya agar konsumen tertarik dengan *Smartphone* tersebut. Salah satunya ialah Perusahaan yang berasal dari korea selatan yaitu Perusahaan Samsung

Samsung Sebuah perusahaan Ponsel yang merupakan sebagai salah satu perusahaan alat telekomunikasi yang terbesar. Samsung yang ingin mewujudkan visinya Samsung membuat inovasi dan kreatifitas Produk yang sesuai juga dengan perkembangan teknologi. Dan juga Samsung memandang setiap tantangan

sebagai peluang dan kami yakin bahwa kami telah menempati posisi sempurna sebagai salah satu pemimpin yang diakui dunia di Industri teknologi digital.(www.Samsung.com).

Samsung membuat Handphone yang berbentuk Smartphone yang sudah kita ketahui seperti Samsung Galaxy, wave and omnia. Samsung Galaxy merupakan handphone dengan kinerja ponsel yang cepat dan fleksibel dengan sistem operasi Android. Transisi menu begitu halus dan responsif dipadukan berbagai macam aplikasi dapat didownload di android market. Samsung Wave merupakan smartphone pertama samsung yang menggunakan sistem operasi bada. Dengan jajaran seri wave mulai membangun ekosistem yang mendukung platform ini termasuk Samsung apps. Samsung Omnia merupakan adalah segala sesuatu yang anda inginkan dalam suatu ponsel dilengkapi dengan windows mobile system operasinya, omnia melengkapi fitur dan kemampuannya yang membuatnya menjadi sebuah ponsel premium. (www.samsung.com)

Dari produk diatas yang paling familiar yaitu Samsung Galaxy. Samsung galaxy merupakan inovasi yang dikembangkan oleh Samsung Corps. Dari data dibawah merupakan jenis – jenis Smartphone Samsung OS Android :

Tabel 1.1

Jenis-Jenis Smartphone Samsung Operation Sistem android

Galaxy Nexus	Galaxy Pro	Galaxy ace
Galaxy W	Galaxy Gio	Galaxy 551
Galaxy Note	Galaxy S i9003	Galaxy 550
Galaxy Y	Galaxy Fit	Galaxy I9000
Galaxy SII	Galaxy Mini	GalaxyI5700
Galaxy Note	Galaxy SIII	Galaxy Tab

Sumber: Data diolah sendiri dari www.samsung.com

Untuk meningkatkan penjualan dan untuk meningkatkan market share Samsung. Samsung membuat inovasi berbeda dari produk Smartphone Samsung OS Android untuk membuat konsumen bisa memilih produk sesuai dengan pendapatan dan selera mereka. Salah satunya ialah Galaxy Y memiliki fitur *powerful dan compact, Rich Smart Experience, Smart buy Easy to Use, Colour your smart life, wifi and tethering, Find my Mobile, Quick type by SWPE, 3,5mm Ear jack and 2MP Camera.* (www.samsung.co.id)

Menurut Penelitian yang dilakukan Gartner Penjualan yang didapatkan Samsung mendapatkan penjualan yang meningkat dari tahun 2009 – 2010 yang bisa dilihat dari tabel dibawah:

1.2Tabel Penjualan Dan market Share Smartphone Di dunia

Keterangan	2010		2009	
Company	Units	Market Share(%)	Units	Market Share(%)
Nokia	461,318.2	28.9	440,881.6	36.4
Samsung	281,065.8	17.6	235,772.0	19.5
LG Electronics	114,154.6	7.1	121,972.1	10.1
Research in Motion	47,451.6	3.0	34,346.6	2.8
Apple	46,598.3	2.9	24,889.7	2.1
Sony Ericsson	38,553.7	2.6	54,956.6	4.5
Motorola	28,768.7	2.4	58,475.2	4.8
ZTE	24,768.7	1.8	16,026.1	1.3
HTC	24,688.4	1.5	10,811.9	0.9
Huawei	23,814.7	1.5	13,490.6	1.1
Others	488,569.3	30.6	199,617.2	16.5
Total	1,596,802.4	100.0	211,239.6	100.0

Sumber: Data diolah sendiri dari Hasil Penelitian Gartner

Dari diatas di katakan bahwa Smartphone Samsung terletak di posisi ke dua dengan tingkat penjualan pada tahun 2009 senilai 235,772.0 dan meningkat pada tahun 2010 dengan nilai penjualan sebesar 281,065.8 . Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Gartner Market share yang di miliki oleh Samsung Menurun pada tahun 2009 senilai 19.5 menjadi 17.6 pada tahun 2010.

Berdasarkan gambaran diatas bahwa Samsung merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi Smartphone yang canggih mempunyai kualitas produk, fitur dan desain yang canggih dan terdepan dalam berinovasi membuat Smartphone. Ini membuat samsung sangat diminati oleh kalangan yang ingin berinovasi dan maju untuk ke depan.

Dari Uraian Di atas Bahwa Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Permasalahan Ini Dengan Judul **“Analisis Pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Konsumen(Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)”**.

I.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh Atribut Produk Smartphone Samsung Berbasis Android terhadap Sikap Konsumen?
2. Apakah Atribut produk Smartphone berpengaruh secara bersama-sama terhadap sikap konsumen?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut Produk Smartphone Berbasis Android Terhadap Sikap Konsumen.
2. Variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Sikap Smartphone Samsung Berbasis Android.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil Dari Penelitian Ini Diharapkan Bermanfaat untuk :

1. Sebagai masukan kepada Perusahaan Samsung untuk menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan atribut produk agar bisa membuat hal yang baru dalam inovasi Produk Samsung.
2. Sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Dalam Ilmu pemasaran.
3. Sebagai Bahan acuan untuk peneliti selanjutnya terutama yang berminat untuk meneliti tentang keputusan pembelian konsumen dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1996), *Building Strong Brands*. New york: the Free Press
- Berkowitz, E.N et al. (1992), *Marketing*, 3rd ed Homewood, ii.: Richard D.irwin, Inc
- Engel, J.F., et al. (1990). *Consumer Behavior*, 6th ed. Chicago: The Dryden Press
- Helfani, 2011. *Atribut Produk Mnote Maid Pulpy Orange Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya)*
- J. Setiadi, Nugroho. 2003, *Perilaku Konsumen*. Bandung: PRENADA MEDIA, 2003
- Kotler dan Armstrong. 1997, *Dasar dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro. Jakarta: Prendhallindo, 1997
- Kotler dan Armstrong. 2003, *Dasar Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan tim Mark Plus. Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit PT Indeks Gramedia, 2005
- Kotler dan Keller, 2006, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jakarta: Penerbit PT MACANAN JAYA CEMERLANG, 2008.
- Kotler, P., Swee Hong Ang, Siew Meng Leong, and Chin Tiong Tan (1996), *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore;Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Masyita. 2010. *Pengaruh Atribut Produk Sabun Pembersih wajah Pond's Terhadap Sikap Konsumen Dalam memutuskan Pembelian Di Kota Palembang*.
- Morrison. 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pertama, Cetakan Ke-1. Jakarta : Prenada Media Group.
- Prasetijo, Restiyanti. 2004. *Perilaku Konsumen*. Salatiga: Andi Yogyakarta, 2004
- Puspowarsito. A. 2008. *Metode Penelitian Organisasi*. Cetakan Ke-3. Bandung: HUMANIORA.

Singgih Santoso, Menggunakan SPSS dan Excel untuk mengukur Sikap dan keputusan Konsumen, Penerbit elex Media Komputindo, Jakarta, 2005, hal: 132.

Staton, W.J., M.J. Etzel, and B.J Walker (1994), Fundamental or Marketing, 10th ed. New York : McGraw-Hill.

Sugiono. 2007, Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategy Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset

Flawereda. R. 2009 <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/01/perkembangan-teknologi-bagikehidupan-manusia-perkembangan-teknologi-bagi-kehidupan-manusia/> Diambil Tanggal 12 Maret 2012.

<http://dotcomcell.com/kumpulan-artikel/2010/10/apa-itu-handphone.html> Diambil dari tanggal 22 maret 2012.

http://www.samsung.com/id/consumer/mobiledevices/smartphone/index.idx?page_type=type_p2& Diambil Pada Tanggal 16 May 2012.

<http://www.scribd.com/doc/24946950/Pengertian-Teknologi-Informasi> Diambil pada tanggal 15 Maret 2012.

<http://www.tabloidpulsa.co.id/news/2786-pengguna-smartphone-melonjak-ios-dan-android-gerus-pangsa-pasar-blackberry/> diambil Dari tanggal 4 april 2012.

<http://www.tabloidpulsa.co.id/phones/samsung/item> diambil dari tanggal 4 april 2012.

<http://www.teknojurnal.com/2011/02/18/data-dan-analisa-penjualan-handphone-dan-smartphone-di-dunia-pada-tahun-2010/> Diambil tanggal 15 Maret 2012.

www.infoteknologi.com/apa-itu-android/ Diambil dari 15 Maret 2012.

www.samsung.co.id/produk/Galaxy-Y/ Diambil tanggal 2 juni 2012.