ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Progam Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Disusun Oleh :

Nama : Fabiola Ayke Budihartanto
NIM : 10.30.0025
Jurusan : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2014

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Sebab bagi Allah tidak ada yang mustahil"

Lukas 1:37

"Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ia memberikan kekekalan dalam hati mereka.Tetapi manusia tidak dapat menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah dari awal sampai akhir"

Pengkotbah 3:11

"Tetapi carilah dahulu kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu"

Matius 6:33

"Mengucap syukurlah dalam segala hal,sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagimu"

1Tesalonika 5:18

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. *Tuhan Yesus Kristus*
2. *Orang Tuaku*
3. *Kakaku*
4. *Teman seperjuangan*
5. *Teman-teman Vania Foundation*

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fabiola Ayke

NIM : 10.30.0025

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASIWA DI KOTA SEMARANG)

Disetujui di Semarang, 7 Februari 2014

Pembimbing,

(Sentot Suciarto, Ph. D)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTOPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG)"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fabiola Ayke Budihartanto

NIM : 10.30.0025

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Februari 2014 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Koordinator Penguji	Anggota	Anggota
(M. Widyanto, SE, MM**) (**A. Posmaria Sitohang, SE, MSi**) (**A. SentotSuciarto,Ph. D**)**		

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Octavianus Digdo Hartomo, M.Si, Akt **)**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fabiola Ayke Budihartanto

NIM : 10.30.0025

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTOPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG)"

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari di temukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang 28 Februari 2014

Fabiola Ayke Budihartanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Bapa yang di surga, Tuhan Yesus Kristus, dan Roh Kudus yang senantiasa memberkati dan menyertai sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Pertimbangan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)", ini digunakan sabagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo, M.Si, Akt, selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijaprantana Semarang.
2. Bapak Sentot Suciarto, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang selama ini telah sabar membimbing membantu, dan memberikan saran kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Tim penguji diantaranya Bapak Widyanto, Ibu Posmaria Sitohang, SE, Msi, SE, MM, Bapak Sentot Suciarto, Ph.D yang telah membantu pada proses ujian maupun bimbingan skripsi
4. Kepada seluru responden mahasiswa di UNIKA Soegijapranata, UDINUS, UNDIP, UNAKI yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner.
5. Mama, Kakaku, dan Alm Papa yang memberikan semangat, doa dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Melinda, Ruth, Adeline selaku teman seperjuangan saya yang selalu menemani, memberikan semangat, dan membantu dalam penelitian skripsi ini
7. Teman-teman Vania Foundation : Vania, Ivone, Ricky, Eve, Troy, Michelle, Billy, Mira, Dea, Nico, Richard. Terimakasih dalam mendukung dan membantu sampai skripsi ini selesai.
8. Semua pihak dan teman-teman yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini ada kekurangan dan masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan waktu yang dimiliki, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Semarang, 7 Februari 2014

Fabiola Ayke Budihartanto

DAFTAR ISI

Halaman Judul ……. i
Halaman Persetujuan Skripsi …….…… ii
Halaman Pengesahan Skripsi ……... iii
Pernyataan Keaslian Skripsi ……. iv
Motto Dan Persembahan ……..… v
Abstraksi ……..… vi
Kata Pengantar ……. vii
Daftar Isi …….. ix
Daftar Tabel ……..…….... xii
Daftar Gambar ……..... xiii
Bab I. Pendahuluan ……. 1
1.1 Latar Belakang Masalah ……..…….... 1
1.2 Perumusan Masalah ……..…... 7
1.3 Tujuan Penelitian ……..……... 8
1.4 Manfaat Penelitian ……... 8
1.5 Sistematika Penulisan …….. 8
Bab II. Landasan teori …….……... 10
2.1 Bauran Pemasaran ……..……....….... 10
2.1.1Produk ...……..…….. 11
2.1.1.1 Atribut Produk ……..….. 12
2.1.1.2 Merek ……... 13
2.1.2Harga ……..…. 14
2.1.3 Promosi …….. 14
2.1.3.1 Iklan ……. 15
2.1.4 Distribusi atau Tempat…….…..…. 16
2.2 Keputusan Pembelian 16
2.2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian …… 17
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen ……..…….. 18

2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ……. 18
2.4 Operating Syistem ……..... 20
2.5 Android ……...……. 20
2.6 Kerangka Pikir ……...……... 21
2.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian ……. 22
Bab III. Metode Penelitian ……...…… 25
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian ……..... 25
3.2 Populasi dan Sampling ……..... 25
3.3 Teknik Pengumpulan Data ……...…… 27
3.4 Sumber dan Jenis Data…….…….… 27
3.5 Skala Pengukuran ……. 27
3.6 Uji validitas dan Reliabilitas ……..…..... 28
3.6.1Uji Validitas ……...…… 28
3.6.2 Uji Reliabilitas 30
3.7 Metode Analisis Data ……..... 32
3.7.1 Analisis Deskriptif ……. 32
3.7.2 Analisis Faktor ……... 33
Bab IV. Hasil dan Pembahasan …… 37
4.1 Gambaran Umum Responden ……... 37
4.1.1 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin 37
4.1.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung dan Usia 39
4.1.3 Data Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung dan Jenis Kelamin ……..……... 41
4.1.4 Data Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian *Smartphone* Samsung Dalam Sehari……...… 43
4.1.5 Data Identitas Responden Berdasarkan Penggantian *Handphone* atau *Smartphone* …… 44
4.1.6 Data Identitas Responden berdasarkan Fitur *Smartphone* Samsung yang diminati Responden…….……... 45
4.1.7 Data Identitas Responden Berdasarkan Alasan Memilih *Smartphone* Merek Samsung …….…….…… 46

4.2Analisis Deskriptif …… 47
4.3 Analisis Faktor ……. 54
4.3.1 KMO dan Barlett's Test ……..….... 54
4.3.2 Anti Image Matrices …….……. 55
4.3.3 Communalities ……..….. 56
4.3.4 Total Variance Explained ……... 58
4.3.5 Scree Plot ……..……. 59
4.3.6 Component Matrix ……..….... 61
4.3.7 Rotated Component Matrix ……... 63
4.3.8 Menamakan Faktor …….……... 65
BAB V.Kesimpulan dan Saran ……... 69
5.1 Kesimpulan ……. 69
5.2 Saran …….……... 70
Daftar Pustaka …… 73
Lampiran ……..…… 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian ……..... 21
Gambar 4.1 Scree Plot ……..... 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Riset penjualan handphone dunia menurut menurut Gatner……. 2

Tabel 1.2 Hasil riset Top Brand kategori Smartphone tahun 2011-2013….. 4

Tabel 1.3 Variabel-variabel yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli smartphone Samsung…….. 6

Tabel 2.1 Komponen 4P dari Bauran Pemasaran…….. 10

Tabel 3.1 Perhitungan Uji Validitas ……..... 29

Tabel 3.2 Reliability Statistics ……. 32

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin ……. 37

Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung Dan Usia …… 39

Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung Dan Jenis Kelamin …….. 41

Tabel 4.4 Lama pemakaian *Smartphone* ……..….. 43

Tabel 4.5 Mengganti *Hanphone* atau *Smartphone* ……. 44

Tabel 4.6 Fitur *Smartphone* Samsung yang diminati responden ……. 45

Tabel 4.7 Alasan Memilih *Smartphone* Merek Samsung …… 46

Tabel 4.8 Statistik Deskriptive ……. 47

Tabel 4.9 KMO dan Barlett's Test ……... 55

Tabel 4.10 Communalities …… 56

Tabel 4.11 Total Variance Explained ……..…. 58

Tabel 4.12 Component Matrix ……. 61

Tabel 4.13 Rotated Component Matrix ……... 63

Tabel 4.14 Penamaan Faktor …… 65

ABTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa di kota Semarang dan faktor apa saja yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling.* Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling purposive.* Sampel yang diambil sebanyak 68 responden dan dibagikan ke 4 Universitas di kota Semarang yaitu UNIKA Soegijapranata, UDINUS, UNDIP, dan UNAKI.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang pertama adalah melakukan pra survey yang dibagikan ke 30 responden mahasiswa di UNIKA Soegijapranata untuk mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Setelah didapatkan 13 variabel pertimbangan dari hasil pra survei, data tersebut diolah menjadi kuesioner yang dibagikan ke 68 responden di 4 Universitas di kota Semarang.

Alat analisis yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dan diolah menggunakan software SPSS (versi 21). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa:

1. Penelitian ini mampu meringkas data dari 13 variabel menjadi 5 faktor yaitu: faktor keunggulan produk dan pengaruh teman; faktor merek berkualitas; faktor jaminan garansi; faktor promosi spesifikasi; faktor *operating system* android.
2. Dari hasil penelitian ini ada 5 faktor yang terbentuk, faktor yang menjadi pertimbangan yang paling besar adalah faktor keunggulan produk dan pengaruh teman, karena faktor ini mempunyai nilai prosentase variance tertinggi dari ke empat faktor lainnya yaitu 25,146%