

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BLACKBERRY**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1 Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun Oleh :

Nama : Aprilia Monica Putri. H

NIM : 07.30.0041

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Monica Putri. H
NIM : 07.30.0041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Dosen Pembimbing : Widyanto, SE., MM
Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BLACKBERRY

Disetujui di Semarang, 08 April 2011

Pembimbing,

(Widyanto, SE., MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BLACKBERRY

Disusun Oleh :

Nama : Aprilia Monica Putri. H

NIM : 07.30.0041

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan dihadapan Penguji pada tanggal 27 April 2011

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Berta Berti Retnawati,SE.,M.Si) (Drs. R. Bowo Harcahyo,MBA) (Widyanto,SE., MM)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Prof. Dr. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aprilia Monica Putri Handjojo

NIM : 07.30.0041

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BLACKBERRY

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun kecurangan lain. Saya bersedia untk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 27 April 2011

(Aprilia Monica Putri.H)

HALAMAN MOTTO

Ask and it will be given to you,

Seek and you will find,

Knock and the door will be opened for you. . .

Matthew 7 : 7

"You have to endure caterpillars if you want to see butterflies".

-Antoine De Saint-

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Skripsi ini kupersembahkan untuk orang tuaku tercinta, yang telah membesarkan dan mendidikku agar dapat menjadi pribadi yang berguna. untuk keluarga, yang telah mendukung dan mendoakanku selama ini, serta sahabat dan teman-teman, yang banyak memberikan semangat dan motivasi dalam hidupku”

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian BlackBerry. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 30 responden yang merupakan mahasiswa dikota Semarang yang pernah terlibat dalam keputusan pembelian BlackBerry atau yang saat ini sedang menggunakan BlackBerry. Penelitian dilakukan dengan metode *wawancara*. Dimana peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan kepada responden mengenai persepsi dan keputusan pembelian BlackBerry. Persepsi terhadap BlackBerry dalam penelitian ini mencakup harga, merek, tipe, warna, tampilan, fitur, fungsi, dan persepsi mengenai *handphone* tiruan BlackBerry. Hasil penelitian menemukan bahwa alasan mahasiswa dalam melakukan keputusan pembelian BlackBerry diantaranya adalah karena pengaruh dari teman, trend, dan juga karena pengaruh dari keluarga.

Keyword : Persepsi, Keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis hanturkan kehadiran Tuhan Yesus atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BLACKBERRY”. Skripsi ini disusun demi memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Soegijapranata, Semarang.

BlackBerry merupakan *smartphone* yang sedang trend saat ini. *Smartphone* yang awalnya ditujukan untuk golongan pekerja, kini digunakan pula oleh berbagai golongan, salah satunya adalah golongan mahasiswa. Maka dari itu, dalam penelitian ini, penulis ingin membahas dan mengetahui tentang persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian BlackBerry.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dan masukan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat terwujud. Dengan tulus hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu melimpahkan berkat dan anugerah kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Andreas Lako selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3. Ibu Eny Trimeiningrum, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
4. Bapak Widyanto, SE., MM selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan masukan dan saran sampai skripsi ini selesai.
5. Ibu Berta Bekti Retnawati , SE., M.Si selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan baik sebelum maupun setelah diuji oleh beliau.
6. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan hingga skripsi ini selesai.
7. Orang tua penulis, Roedy Handjojo (papa) dan Anastasia Oey Giok Bwee (mama), yang selalu memberikan doa, harapan, dan semangat kepada penulis.
8. Adikku tersayang, Aloisius Jimmy Kurniawan, yang tidak pernah bosan mengingatkan penulis setiap hari, untuk tidak mengeluh dan putus asa dalam menyelesaikan revisi dan mengerjakan skripsi.
9. Sahabat terbaikku, Elizabeth Intan, Karina Darmawan, Elisabeth Dewi Astari, Michelle Supatra, Ananda Harvyanti, Armetalia Wijaya, dan Diana Gunawan, yang selalu memberi semangat, motivasi, dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman di kos agape (Rina, Olive, Mery, Nia, Aw), Teman yang selalu siap memberi bantuan, dan semangat (Florentina Dian, Selvi dan

Tya), dan teman dari jurusan manajemen yang selalu memberikan dukungan dalam pembuatan skripsi.

11. Teman-teman Retail Famz (Lala, Odil, Mely, Riri, Michelle, Sasa Canggih, dan Sonny) yang selalu kompak dan saling memberi semangat untuk tidak pernah menyerah dan selalu berjuang untuk menyelesaikan skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, jika terdapat masukan guna menyempurnakan tulisan ini akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yang berkepentingan dan memerlukannya.

Semarang, 27 April 2011

(Aprilia Monica P.H)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Pengertian Persepsi	10
2.2. Aspek Persepsi	11
2.3. Proses Persepsi.....	12
2.4. Pengaruh Distorsi	14
2.5. Perilaku Pembelian Konsumen	15
2.6. Proses Pengambilan Keputusan	19
2.7. KerangkaPikir	23
2.8. Definisi Operasional	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel	25
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.2.1. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4. Analisis Data	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Identitas Responden	28
4.2. Sumber Informasi tentang BlacBerry.....	32
4.3. Persepsi tentang BlackBerry	38
4.4. Keputusan pembelian BlackBerry	49
BAB V PENUTUP	56
5.1. Kesimpulan	56
5.3. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Vendor Ponsel Terbesar Kuartal I tahun 2010 di Indonesia	2
Tabel 1.2. Variabel yang mempengaruhi mahasiswa dalam keputusan Pembelian BlackBerry.....	4
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Asal Responden.....	30
Tabel 4.4. Anggaran pulsa untuk BlackBerry dalam sebulan.....	31
Tabel 4.5. Sumber informasi tentang BlackBerry.....	32
Tabel 4.6. Tempat membeli BlackBerry.....	34
Tabel 4.7. Tanggapan Responden terhadap promosi BlackBerry.....	36
Tabel 4.8. Tanggapan Responden terhadap harga BlackBerry.....	38
Tabel 4.9. Tanggapan Responden terhadap merek BlackBerry.....	40
Tabel 4.10. Tanggapan Responden terhadap tipe BlackBerry.....	41
Tabel 4.11. Tanggapan Responden terhadap pilihan warna BlackBerry.....	42
Tabel 4.12. Tanggapan Responden terhadap Tampilan BlackBerry.....	43
Tabel 4.13. Tanggapan Responden terhadap fitur BlackBerry.....	44
Tabel 4.14. Tanggapan Responden terhadap fungsi BlackBerry.....	45
Tabel 4.15. Tanggapan responden terhadap <i>handphone</i> menyerupai BlackBerry...	46

Tabel 4.16. Tanggapan responden untuk mengganti BlackBerry dengan.....	
<i>handphone</i> menyerupai BB.....	48
Tabel 4.17. Alasan responden melakukan keputusan pembelian BlackBerry.....	49
Tabel 4.18. Lama penggunaan BlackBerry.....	51
Tabel 4.19. <i>Handphone</i> yang digunakan sebelum BlackBerry.....	52
Tabel 4.20. Penggunaan Handpone selain BlackBerry.....	53
Tabel 4.21. Perbedaan fitur BlackBerry dengan <i>handphone</i> lain.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	19
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Responden

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 Tapescript