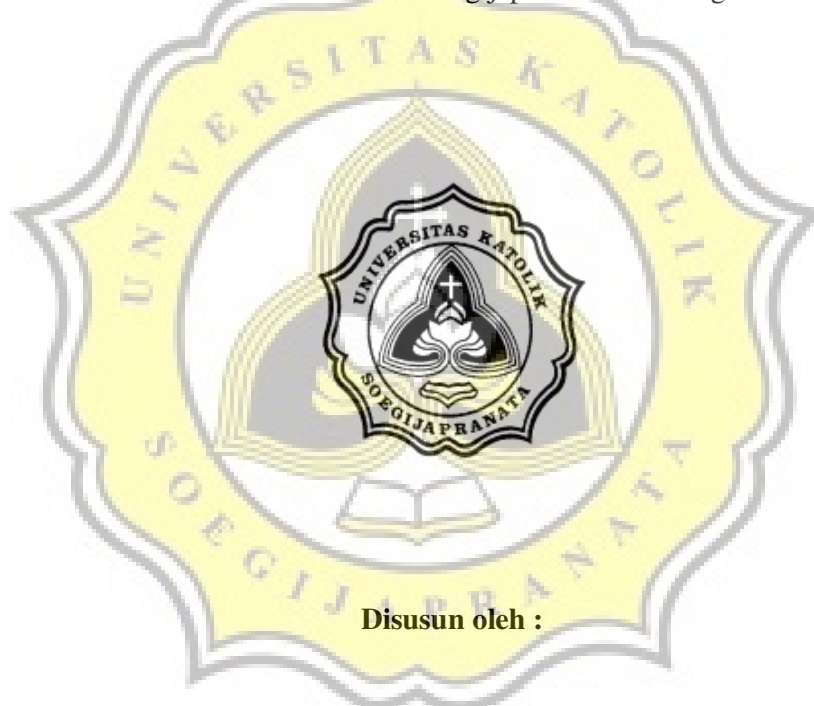


**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PRODUK DAN PROMOSI NOKIA N73
PADA PT.TRIKOMSEL SRIWIJAYA SEMARANG**

Skripsi

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



Disusun oleh :

Nama : Christian Sipahutar
NIM : 01.30.0205

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Christian Sipahutar

NIM : 01.30.0205

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DAN PROMOSI NOKIA N73 PADA PT. TRIKOMSEL SRIWIJAYA
SEMARANG



Disetujui di Semarang, Mei 2008

Pembimbing

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**SKRIPSI DENGAN JUDUL :
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DAN
PROMOSI NOKIA N73 PADA PT. TRIKOMSEL SRIWIJAYA**

SEMARANG

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Christian Sipahutar

NIM : 01.30.0205

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : 02 Juli 2008
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Pembimbing

Koordinator Penguji

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

(Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi

(Sentot Suciarto A., Ph.D)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Waktu tidak berpihak kepada siapapun, tetapi waktu
dapat menjadi sahabat bagi mereka yang memegangnya
dan memperlakukannya dengan baik*

(Winston Churchill)



**Skripsi ini kupersembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa serta
keluargaku tercinta.**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christian Sipahutar

NIM : 01.30.0205

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Juli 2008

(Christian Sipahutar)



ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan topik yang selalu menarik bagi kalangan bisnis dan akademisi untuk dibahas, karena tanpa pemasaran suatu organisasi tidak akan mampu meraih tujuannya. Dari perusahaan yang berorientasi laba sampai organisasi non-laba semua membutuhkan pemasaran untuk meraih tujuan organisasinya. Seperti yang dikemukakan Drucker “Sukses bisnis itu tidak ditentukan oleh produsen tetapi oleh konsumen”. konsep ini sekarang bahkan sudah menjadi fenomena di dunia bisnis dengan istilah *Customization*. Di mana konsep ini berorientasi pada keinginan pembeli atau konsumen dan konsep ini sudah banyak diterapkan produsen untuk merebut atau untuk mempertahankan pangsa pasar.

Loyalitas konsumen dapat berkurang karena kesulitan dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Sebaliknya juga loyalitas konsumen dapat dipertahankan jika produk yang dipasarkan itu mudah untuk memperolehnya. Kemudahan konsumen untuk memperoleh produk yang dicarinya akan memberikan efisiensi kepadanya, baik itu efisiensi uang, waktu, tenaga, dan sebagainya. Pada masa sekarang, dimana waktu sangat penting, kemudahan memperoleh produk merupakan salah satu syarat bersaing. Kemudahan suatu produk untuk diperoleh akan sangat tergantung oleh kemampuan produsen untuk mendistribusikan suatu produk ke pasar tujuannya.

Orang di saat ini banyak telah mengenal Handphone, bahkan Handphone merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat kebanyakan. Banyak yang menganggap bahwa Handphone itu akan menambah kepercayaan seseorang, bahkan bisa menaikkan derajat seseorang. Ini ditunjukkan dengan banyaknya iklan di media elektronik/media cetak yang berusaha menonjolkan anggapan semacam itu.

Peranan kualitas, harga dan promosi dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi industri Handphone. Ketatnya persaingan dalam industri Handphone menjadikan perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memenangkan persaingan. Nokia merupakan suatu brand/merek Handphone yang sangat terkenal di masyarakat luas.

Produk pesaing yang beredar di pasaran saat ini antara lain Sony Ecikson, Samsung, Ben-Q, LG, serta masih banyak produk pesaing yang lain. Dengan banyaknya produk pesaing yang beredar di pasaran dengan aneka ragam bentuk / desain kemasan, rasa, harga dan kualitas yang berbeda-beda akan memberikan pilihan kepada masyarakat apakah akan tetap loyal terhadap Handphone Nokia atau sekedar mencoba-coba produk baru bahkan berpindah menggunakan produk handphone pesaing. Keadaan tersebut memperlihatkan adanya persaingan yang cukup ketat dalam pemasaran handphone oleh masing-masing produsen.

Upaya mempertahankan atau meningkatkan loyalitas konsumen handphone Nokia ini memerlukan strategi bauran pemasaran yang meliputi kebijakan akan harga, promosi dan peningkatan kualitas yang lebih baik dan meningkatkan ketersediaan produk di pasar, dalam arti dapat memuaskan konsumen sehingga

konsumen akan loyal dan akhirnya meningkatkan permintaan akan produk tersebut.

Melihat atribut-atribut yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Handphone Nokia, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut sehingga mengambil judul penelitian *ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DAN PROMOSI NOKIA N73 PADA PT. TRIKOMSEL SRIWIJAYA SEMARANG*.

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah apakah faktor kualitas, harga, promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen menggunakan handphone nokia N 73 baik secara satu persatu maupun bersama-sama. Agar penelitian lebih terarah dan mengingat keterbatasan peneliti maka permasalahan dalam penelitian dibatasi pada batasan masalah yang berdasarkan hasil prasurvey memiliki pengaruh terhadap atribut produk dan promosi nokia N 73 yaitu merek, kemasan, harga dan promosi baik secara parsial maupun secara simultan terhadap sikap konsumen.

Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya. Ada beberapa konsep dalam tinjauan pustaka yaitu pengertian merek, kemasan, harga, promosi saluran distribusi dan pengertian sikap konsumen. Selain itu dijelaskan pula mengenai kerangka pemikiran beserta definisi operasional variabel penelitian. Penelitian ini juga mengemukakan hipotesis yang akan diuji yaitu variabel merek, kemasan, harga, promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen baik secara satu persatu maupun bersama-sama.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran validitas, reliabilitas, skala pengukuran.

Pada pembahasan dikemukakan mengenai gambaran umum obyek dan lokasi penelitian, gambaran umum produk dan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan. Selain itu dipaparkan juga tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Dalam pembahasan, dikemukakan pula hasil penelitian dan interpretasi hasil penelitian dimana berdasarkan hasil analisis dapat diketahui persamaan umum yang berarti bahwa variabel merek, kemasan, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen baik secara satu persatu maupun bersama-sama.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Menguasai Alam Semaya Padya beserta isinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul, **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DAN PROMOSI NOKIA N73 PADA PT. TRIKOMSEL SRIWIJAYA SEMARANG.** Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menempuh kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang.

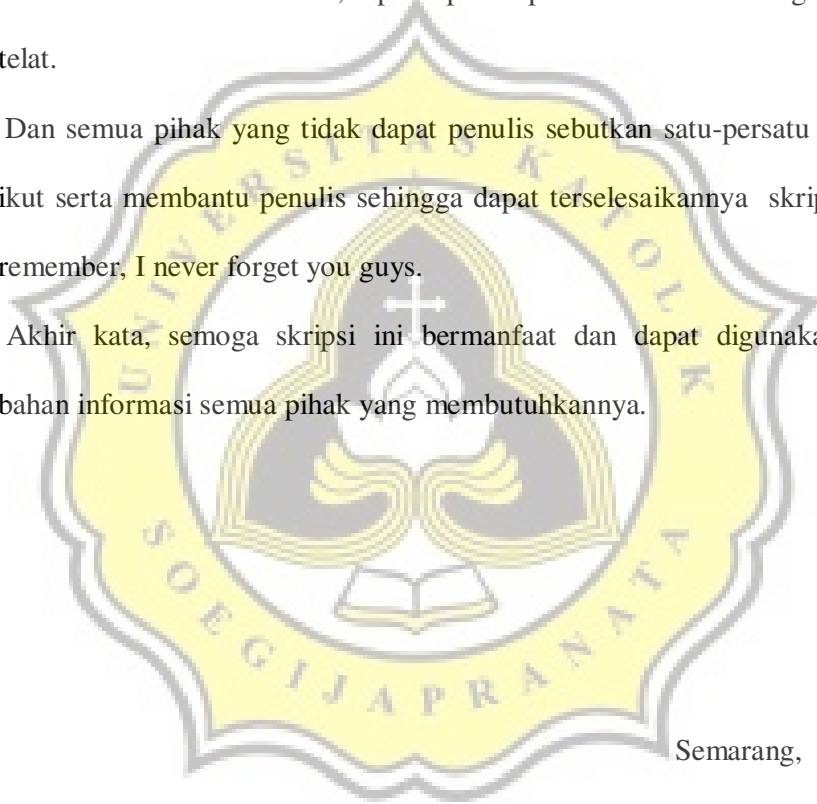
Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak lain yang berupa dorongan, bimbingan, serta bantuan baik berupa moril maupun materiil. Untuk itu melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Drs.R.Bowo Harcahyo,MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta pemikiran untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta saran dalam penyelesaian skripsi.terima kasih juga atas pengarahannya untuk menghadapi jalannya Kehidupan ini.
2. Bapak Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Ibu A. Ratna Wulandari, SE, MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Seluruh Staff TU Fakultas Ekonomi dan perpustakaan, terima kasih atas segala bantuannya sehingga memperlancar pembuatan skripsi ini.
6. Bapak Budi Hartono selaku Kepala Cabang Retail Jateng PT. Trikonsel Semarang yang telah memberikan bantuan dan segala informasi agar selesainya skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tuaku tercinta Bachtiar Sipahutar dan M.Tiuria Ritonga, yang telah memberikan dorongan doa, materi dan kasih sayangnya.
8. Abang-abangku yang selalu menyupport diriku (thank's ya), Nelson I Sipahutar SE dan Istri, beserta Parulian sipahutar SE,MM dan Istri.
9. Temanku Bim Bagong Trikonsel..... tengyuu ya bos atas bantuannya!!
10. Temanp-teman seperjuanganku skripsi Aria Bramanto, Erwin Galuh, Semangat yooooo...
11. Anak-anak Ozora Seluler Simongan Raya 64 Semarang, terima kasih informasinya
12. Seluruh anak-anak Karangbendo, terima kasih atas tempat Transit dan Fasilitasnya!!!!
13. Sahabat-sahabatku SMA,Bengkel(akhirnya aku lulus bo'!!),beserta teman-teman "Manajemen 01" (lebih baik telat khan daripada Ngaa????), dan sahabat lainnya yang tersebar di seluruh Semarang yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu.

14. Mr. TOLIK.....Sori kalo sering ngerepoti,Tengyu ya bos!!!!
15. Teruntuk H3456MY & H8945DB Thxs karna selama ini mengantar aku kemana aja walau terasa sesak di dada karna lu Boroosss bgt dah gt BBM Naik lg.
16. Khusus to Mrs XXX : Maaf kalo ada yang salah, Thx atas smuanya dulu, karna km kuliahku tertunda, tapi tanpa kaupun aku bisa lulus Juga walaupun telat.
17. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah ikut serta membantu penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini, but remember, I never forget you guys.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi semua pihak yang membutuhkannya.



Semarang, Juli 2008

Penulis

(Christian Sipahutar)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel Dan Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2. Bauran Pemasaran	9
2.3. Produk dan Bauran Produk	10

A. Klasifikasi Produk	10
B. Klasifikasi Barang Industri.....	12
C. Bauran Produk	14
2.3.1. Atribut Produk.....	14
2.4. Pengertian Sikap	18
2.4.1. Sifat Dari Sikap	19
2.4.2. Pembentukan Sikap	19
2.4.3. Pengukuran Sikap	19
2.5. Promosi	21
2.5.1. Arti Penting Promosi	21
2.5.2. Tujuan Promosi	22
2.5.3. Kegiatan-kegiatan yang Termasuk dalam Promosi.....	23
2.6. Pengambilan Keputusan.....	26
2.6.1. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	28
2.6.2. Keputusan Pembelian	30
2.6.3. Jenis Perilaku Pembelian	34
2.7. Penelitian Terdahulu	36
2.8. Kerangka Pikir.....	37
2.9. Definisi Operasional	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	41
3.2. Populasi dan Sampel	41

3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas.....	43
3.5.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	43
3.5.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	46
3.6. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2. Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan ...	53
4.2. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut NOKIA N73 ...	55
4.2.1. Nilai Sikap Responden NOKIA N73	57
4.2.2. Skala Pengukuran Nilai Sikap	59
BAB V PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Evaluasi.....	44
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas <i>Belief</i>	45
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas Evaluasi	46
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas <i>Belief</i>	47
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.5. Nilai Atribut Dari Variabel Evaluasi.....	55
Tabel 4.6. Nilai Atribut Dari Variabel <i>Belief</i>	56
Tabel 4.7. Nilai Sikap Responden Terhadap Atribut Produk dan Promosi NOKIA N73	58
Tabel 4.8. Nilai Maksimal Sikap	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian	38
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	TABULASI DATA
LAMPIRAN 3	VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	DISTRIBUSI FREKUENSI
LAMPIRAN 5	IDENTITAS RESPONDEN
LAMPIRAN 6	BUKU KONSULTASI SKRIPSI

