

**ANALISIS PERSEPSI PEMAKAI HANDPHONE TERHADAP
FASILITAS MENU YANG TERSEDIA PADA HANDPHONE
MERK NOKIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



DISUSUN OLEH:

Nama : W. Irya Susanti
NIM : 97.30.3192

**EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Manusia – manusia besar adalah mereka yang meskipun telah mengalami kemunduran,
tapi terus berusaha untuk maju kembali.**

(Margareth Blair Johnstone)

**Seorang teman sejati akan membuat anda hangat dengan kehadirannya, mempercayai
anda dan rahasianya dan mengingat anda dalam doa –doanya.**



Kupersembahkan karya ini untuk ;

♣ Papa dan Mama tersayang

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : W. Irya Susanti
NIM : 97.30.3192
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : ANALISIS PERSEPSI PEMAKAI HANDPHONE

TERHADAP FASILITAS MENU YANG
TERSEDIA PADA HANDPHONE MERK
NOKIA.

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)

Disetujui di Semarang, 7 Juni 2004

Pembimbing

(J. Wijanto Hadipuro.,SE, MT)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS PERSEPSI PEMAKAI HANDPHONE
TERHADAP FASILITAS MENU YANG
TERSEDIA PADA HANDPHONE MERK
NOKIA.

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 24 September 2004

Dekan Fakultas Ekonomi

Koordinator Ekonomi

(Vincent Didiek Wiet Aryanto., Ph.D)

(Thomas Indradjaja, SE. MM)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : W. Irya Susanti

NIM : 97.30.3192

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS PERSEPSI PEMAKAI HANDPHONE
TERHADAP FASILITAS MENU YANG TERSEDIA
PADA HANDPHONE MERK NOKIA

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)



Semarang, September 2004

(W. Irya Susanti)

ABSTRAK

Evolusi media komunikasi lisan berkembang dengan pesat, dimulai dari menggunakan media mulut – ke mulut, alat – alat yang sederhana yang melambangkan kode – kode tersendiri dalam menyampaikan berita – berita tertentu, sampai akhirnya media komunikasi melibatkan kemajuan teknologi agar lebih memudahkan komunikasi antar manusia.

Salah satu media komunikasi yang sangat bermanfaat di era millenium ini adalah handphone (telepon seluler) dan idealnya sebuah handphone dapat dimanfaatkan untuk mempermudah komunikasi karena mengurangi hambatan tempat, ruang dan waktu. Dimana saja seseorang berada selama masih ada media pemancar yang mendukung, seseorang dapat dihubungi melalui ponsel tersebut.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui tentang persepsi Pemakai Handphone Merk Nokia, dalam penelitian yang berjudul “ Analisis Persepsi Pemakai Handphone terhadap Fasilitas Menu yang Tersedia pada Handphone Merk Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang). Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap fasilitas menu handphone yang tersedia pada handphone merk Nokia ?
2. Bagaimana peringkat kepentingan dari fasilitas menu handphone merk Nokia ?
3. Fasilitas menu apakah dari handphone merk Nokia yang dibutuhkan tetapi belum tersedia ?

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang yang menggunakan Handphone Merk Nokia. Data mengenai berapa jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti, maka peneliti menggunakan metode *quota sampling* yaitu dengan menetapkan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability sampling* dengan *Purposive Sampling*, dimana pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang yang menggunakan Handphone Merk Nokia. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data adalah kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini digunakan alat analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggunakan rentang skala.

Adapun teori total skor per item maupun rata-rata skor dilakukan berdasarkan rentang skala sebagai berikut (Husein Umar, 1997 : 170):

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

RS = rentang skala

n = jumlah responden

m = jumlah alternatif jawaban item

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 55 % laki-laki dan 45 % perempuan. Ditinjau dari kelompok usia 20 tahun = 36 orang, kelompok usia 21 tahun = 18 orang, kelompok usia 19 tahun, 22 tahun 23 tahun dan 24 tahun

masing-masing 8 orang, kelompok usia 18 tahun = 6 orang, kelompok usia 25 tahun = 1 orang, kelompok usia 26 tahun = 3 orang.

Berdasarkan tipe handphone merk Nokia yang digunakan oleh responden saat ini tipe 3310 = 15%, tipe 8250 = 12%, tipe 9210i = 10%, tipe 8210 = 9%, tipe 3315 dan 3330 = 8%, tipe 3610 dan 8310 = 7%, tipe 3530 = 6%, tipe 5510 = 5%, tipe 3210, 3350, 3650, 5210 dan 6100 = 2%, tipe 6110 dan 6610 = 1%.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah total nilai persepsi pemakai Handphone terhadap fasilitas menu yang tersedia pada Handphone merk Nokia dalam penelitian ini adalah 13.404, nilai rata-rata sebesar 382,971, maka tingkat persepsi responden (Skor 382,971) berada ditingkat setuju dengan fasilitas menu yang tersedia pada handphone merk Nokia, yang artinya persepsi terhadap fasilitas menu yang tersedia pada handphone merk Nokia adalah Baik.

Peringkat kepentingan 1, atribut yang dinilai penting pertama oleh konsumen : Memori, Pengaturan menu, Pesan atau *chatting*, Pesan bergambar, Panggilan masuk, Panggilan keluar, Register biaya panggilan, Pengaturan biaya panggilan, Tanda panggilan, Nada dering, Volume dering, Volume dering, Komposer, Pengaturan panggilan, Pengaturan telepon, Pengaturan pengamanan.

Peringkat kepentingan 2, atribut yang dinilai penting kedua oleh konsumen : Pengaturan pesan, Layanan info, Panggilan fax atau data, Pesan suara, Panggilan tak terjawab, Pilihan getar, Nada pengingat pesan, nada tombol, nada permainan dan peringatan, Pengaturan Alarm, Pengaturan Jam Pengalihan panggilan masuk, Permainan, kalkulator, Kalender, Infra Merah, Layanan SIM.

Peringkat kepentingan 3, atribut yang dinilai penting ketiga oleh konsumen : Caller Group dan Durasi panggilan. Fasilitas menu dari handphone merk Nokia yang dibutuhkan tetapi belum tersedia, menunjukkan 8 orang responden menjawab sudah tersedia semua / lengkap.

Berdasarkan kesimpulan- kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan masih harus meningkatkan fasilitas menu yang tersedia pada handphone merk Nokia yang masuk kedalam kategori setuju yang berarti baik dan cukup setuju yang berarti cukup baik, atribut yang masuk kedalam kategori tersebut sebanyak 33 atribut, dengan ditingkatkannya atribut-atribut tersebut dimaksudkan agar penilaian responden terhadap ke 33 atribut tersebut dapat masuk kedalam kategori sangat setuju. Kecuali untuk atribut ke 20 yaitu fasilitas menu Komposer dan atribut ke 26 yaitu fasilitas menu pengaturan jam kapasitas penumpang yang banyak karena atribut tersebut dinilai konsumen sangat setuju yang berarti sangat baik.
2. Dari hasil penelitian 3 peringkat kepentingan dari 35 atribut dari fasilitas menu handphone merk Nokia yang ditawarkan oleh pihak produsen maka produsen seharusnya lebih memperhatikan serta mempertahankan kualitas atribut – atribut yang masuk dalam peringkat kepentingan 1, karena atribut – atribut tersebut menjadi perhatian yang utama oleh konsumen.
3. Fasilitas menu dari handphone merk Nokia yang dibutuhkan tetapi belum tersedia dapat menjadi masukan bagi pihak produsen Nokia mengenai atribut yang perlu ada dalam suatu produk handphone, karena mendengarkan informasi tentang keinginan konsumen akan dapat memuaskan serta menjaga agar konsumen loyal untuk menggunakan Handphone Nokia.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan kelimpahan berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan mulai dari masa persiapan, penggarapan hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, kepada semua yang bersangkutan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini berjudul Analisis Persepsi Pemakai Handphone Terhadap Fasilitas Menu yang Tersedia pada Handphone Merk Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang), Penelitian ini untuk menggambarkan persepsi pemakai Handphone Nokia terhadap fasilitas menu yang tersedia pada Handphone merk Nokia kemudian akan didapat suatu gambaran mengenai persepsi pemakai Handphone Nokia.

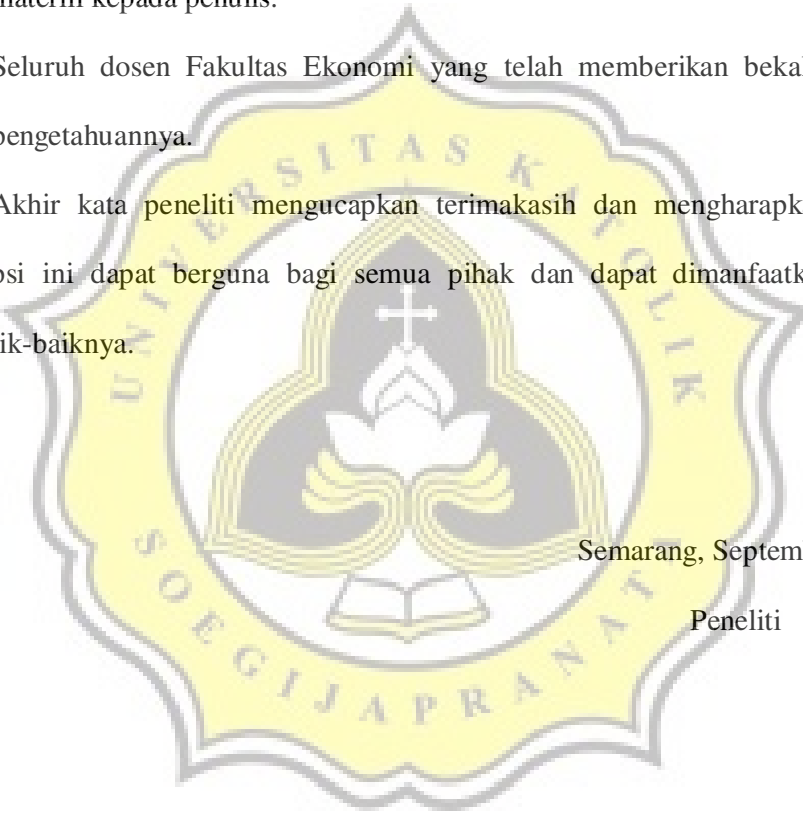
Peneliti telah menyelesaikan penelitian ini dan menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna ibarat “tiada gading yang tak retak”, karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman dari penulis oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan dari pembaca.

Untuk itu peneliti ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya.
2. Bapak. DR Vincent Didiek, W.A, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3. Bapak Wijanto Hadipuro, SE, MT selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga serta dorongan dan bimbingannya kepada penulis dalam penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Ibu Retno Yustini, selaku dosen wali yang telah memberi arahan selama masa perkuliahan.
5. Papa dan mama yang memberikan doa restunya serta dukungan moril maupun materiil kepada penulis.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuannya.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih dan mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dan dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.



Semarang, September 2004

Peneliti

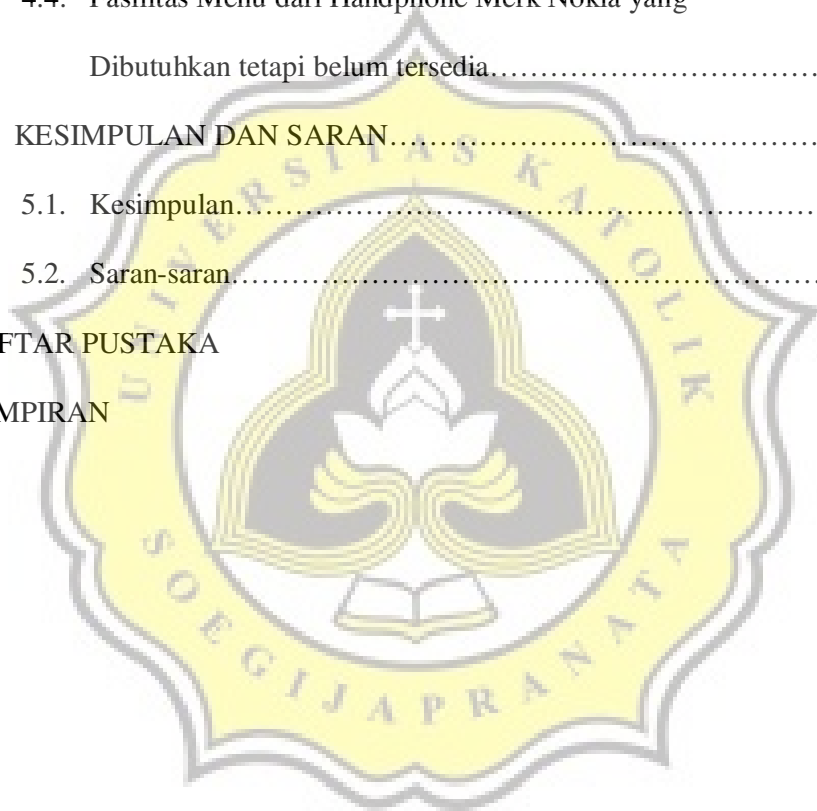
(W. Irya Susanti)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1. Produk.....	11
2.1.2. Persepsi.....	12

2.1.3.	Stimulus Pemasaran dan Persepsi Konsumen.....	14
2.1.4.	Karakteristik Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi.....	15
2.1.4.1.	Sensori.....	16
2.1.4.2.	Faktor-Faktor Struktural.....	16
2.1.4.	Organisasi Persepsi.....	17
2.1.5.	Interpretasi Perseptual.....	19
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.	Definisi Operasional.....	21
III	METODE PENELITIAN.....	28
3.1.	Lokasi dan Obyek Penelitian.....	28
3.1.1.	Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2.	Obyek Penelitian.....	28
3.2.	Populasi Dan Sampel.....	28
3.3.	Jenis Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.1.	Jenis Data.....	30
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
3.4.1.	Uji Validitas.....	32
3.4.2.	Uji Reliabilitas.....	35
3.5.	Metode Analisis Data.....	36
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	38
4.1.1.	Jenis Kelamin.....	38

4.1.2. Kelompok Usia.....	39
4.1.3. Jenis Handphone yang digunakan responden.....	40
4.2. Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Menu yang tersedia Pada Handphone Merk Nokia.....	41
4.3. Peringkat Kepentingan dari Fasilitas Menu Handphone Merk Nokia.....	45
4.4. Fasilitas Menu dari Handphone Merk Nokia yang Dibutuhkan tetapi belum tersedia.....	48
V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran-saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Data Penjualan dan Market Share Handphone Dunia sampai Akhir tahun 2002.....	2
Tabel 1.2	Data Penjualan Handphone di Semarang sampai Akhir Tahun 2002 (dalam ribuan).....	4
Tabel 1.3	Hasil Survei Pendahuluan.....	6
Tabel 3.1	Uji Validitas Instrumen.....	34
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	36
Tabel 4.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Responden berdasarkan Kelompok Usia.....	39
Tabel 4.3	Jenis Handphone Merk Nokia yang Digunakan Responden..	40
Tabel 4.4	Persepsi Konsumen terhadap Fasilitas Menu pada Handphone Merk Nokia.....	43
Tabel 4.5	Peringkat Kepentingan dari Fasilitas Menu Handphone Merk Nokia.....	46
Tabel 4.6	Fasilitas Menu Handphone Merk Nokia yang dibutuhkan Tetapi Belum Tersedia.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Dari Sensasi Kepada Persepsi.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	:	Data Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	:	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	:	Tabel Nilai r Produk Moment
Lampiran 5	:	Perhitungan Frekuensi Hasil Penelitian
Lampiran 6	:	Data Identitas Responden
Lampiran 7	:	Pernyataan Keaslian Skripsi
Lampiran 8	:	Fotocopy Buku Konsultasi Skripsi

