

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK PONSEL NOKIA
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Oleh :

Nama : Bekti Nugroho
Nomor Mahasiswa : 98311029
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

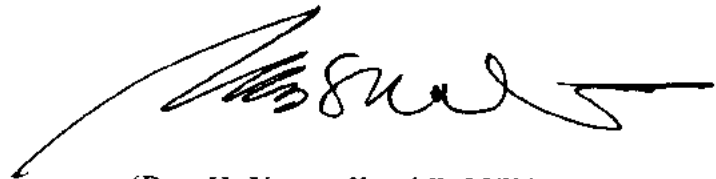
2003

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK PONSEL NOKIA
DI YOGYAKARTA**

Yogyakarta, Juli 2003

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nursya'bani P.', with a long horizontal stroke extending to the right.

(Drs. H. Nursya'bani P.,MSi.)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL:

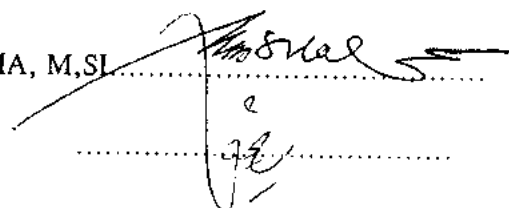
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK PONSEL NOKIA DI
YOGYAKARTA

Disusun Oleh: BEKTI NUGROHO
Nomor Mahasiswa: 98311029

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
pada tanggal 13 Agustus 2003

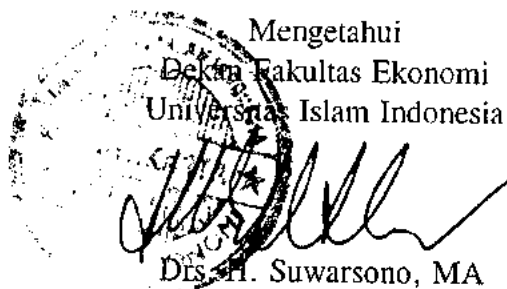
Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. H. NURSYA'BANI PURNAMA, M,SI

Penguji : DRS. YAZID, MM



Handwritten signatures of the examiners, DRS. H. NURSYA'BANI PURNAMA, M,SI and DRS. YAZID, MM, over dotted lines.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Official stamp of Universitas Islam Indonesia and a handwritten signature of the Dean, Drs. H. Suwarsono, MA.

Drs. H. Suwarsono, MA

MOTTO

*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah
Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam
Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya
(Q. S Al-Alaq : 1-5)*

Belajarlh ilmu

*karena sesungguhnya
belajarnya karena Allah itu adalah taqwa,
menuntutnya adalah ibadah,
mempelajarinya itu tasbih,
membahasnya itu jihad,
mengajarkannya pada orang yang belum mengetahuinya itu adalah sedekah,
memberikannya kepada keluarga itu adalah pendekatan diri pada Allah
(Mu'ady Bin Jabal)*

*Ilmu itu adalah...
Penghibur dikala sendirian,
Teman dikala sepi, penunjuk pada agama,
Pembuat sabar di kala suka dan duka,
Materi di kalangan ada teman-teman,
kerabat kala di kalangan orang asing,
dan sebagai menara jalan ke surga
(Mu'ady Bin Jabal)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini khusus untuk :

- ♥ *“Orang-orang yang tercinta dan tersayang”*
- ♥ *Ayahanda Dahroni dan Ibunda Mainah tercinta, yang selalu mendoakan dan dengan sabar membimbing serta memberikan nasehat dengan cinta dan kasih sayang yang tulus.*
- ♥ *Yang tersanjung yuyun , yang dengan cinta berbagi suka dan duka dalam hidupku..*

KATA PENGATAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas limpahan Rahmat dan Hidayah – Nya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK PONSEL NOKIA DI YOGYAKARTA”**. Tulisan ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan usaha, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H.Nursya'bani P, MSi, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
Bapak dan Ibu Dosen FE UII yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di FE UII.
2. Bapak dan Ibu yang telah mendorong secara moril dan materiil terlalu,dan karena berkat do'a dan dorongan yang diberikan dengan tulus ikhlas penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Pacarku yuyun yang selalu dukung aku Ruin , Afit dan Teguh.Adi, Ari Dodo yang ikut mensupport serta mbakjum. komunitas mankid n gejayan crew.
4. Pihak-pihak lain yang juga telah banyak membantu tetapi tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Wabillahitaufik wal hidayah

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, juni 2003

Penulis



(BEKTI NUGROHO)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	I
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.3 Konsep Pemasaran	9
2.4 Perilaku Konsumen	11

2.5	Model Perilaku Konsumen	12
2.6	Faktor-Faktor Lingkungan yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.7	Kegiatan Pembelian	18
2.7.1	Tujuan Pembelian	19
2.7.2	Model Proses Pembelian Oleh Konsumen	19
2.7.3	Proses Pengambilan Keputusan Beli	21
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1	Lokasi Penelitian	23
3.2	Kerangka Penelitian	25
3.3	Definisi Operasional Variabel	25
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.5	Populasi dan Sampel	30
3.6	Metode Analisis Data	31
BAB IV	ANALISIS DATA	34
4.1	Analisa Deskriptif	34
4.1.1	Karakteristik Responden	34
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
4.1.2 Penilaian Responden Terhadap Atribut Produk	
Ponsel Nokia	38
a. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Performance</i>	38
b. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Feature</i>	39
c. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Reliability</i>	40
d. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Conformance</i>	40
e. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Durability</i>	41
f. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Serviceability</i>	42
g. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Asthetics</i>	43
h. Penilaian Konsumen Berdasarkan Atribut <i>Fit and Finish</i>	44
4.2 Analisis Verifikatif	45
4.2.1 Analisis Fishbein	45
4.2.2 Analisis Chi Square	51

a.	Hubungan kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
b.	Hubungan kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Tingkat Usia.....	60
c.	Hubungan kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
d.	Hubungan kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	76
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
Tabel 4.5. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Performance</i>	38
Tabel 4.6. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Features</i>	39
Tabel 4.7. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Reliability</i>	40
Tabel 4.8. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Conformance</i>	40
Tabel 4.9. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Durability</i>	41
Tabel 4.10. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Serviceability</i>	42
Tabel 4.11. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Aesthetics</i>	43
Tabel 4.12. Penilaian Responden Terhadap Atribut <i>Fit and Finish</i>	44
Tabel 4.13. Tabel Jumlah Jawaban Berdasarkan Tingkat Kepercayaan	46
Tabel 4.14. Skor Tingkat Kepercayaan Konsumen	46
Tabel 4.15. Tabel Jumlah Jawaban Berdasarkan Urutan	47
Tabel 4.16. Hasil Perkalian Skor dengan Jawaban Evaluasi	48
Tabel 4.17. Indeks Sikap Konsumen	49
Tabel 4.18. Menentukan Kelas Indeks Sikap Konsumen	49
Tabel 4.19. Hasil Chi Square Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.20. Hasil Chi Square Berdasarkan Tingkat Usia	60
Tabel 4.21. Hasil Chi Square Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
Tabel 4.22. Hasil Chi Square Berdasarkan Jenis Pekerjaan	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 3.1. Kerangka Pikir Penelitian	25
Gambar 4.1. Interval Kelas Indeks Sikap	50
Gambar 4.2. Distribusi Chi Square	52
Gambar 4.3. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Performance</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.4. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Features</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.5. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Reliability</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.6. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Conformance</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.7. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Durability</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57

Gambar 4.8.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Serviceability</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.9.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Aesthetics</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 4.10.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Fit and Finish</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4.11.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Performance</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	61
Gambar 4.12.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Features</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	62
Gambar 4.13.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Reliability</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	63
Gambar 4.14.	Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Conformance</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	64

Gambar 4.15. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Durability</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	65
Gambar 4.16. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Serviceability</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	66
Gambar 4.17. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Aesthetics</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	67
Gambar 4.18. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Fit and Finish</i> Berdasarkan Tingkat Usia.....	68
Gambar 4.19. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Performance</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan.....	69
Gambar 4.20. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Features</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan.....	70
Gambar 4.21. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Reliability</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan.....	71

Gambar 4.22. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Conformance</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan	72
Gambar 4.23. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Durability</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan	73
Gambar 4.24. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Serviceability</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan	74
Gambar 4.25. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Aesthetics</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan	75
Gambar 4.26. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Fit and Finish</i> Berdasarkan Tingkat pendidikan	76
Gambar 4.27. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Performance</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	78
Gambar 4.28. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Features</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	79

Gambar 4.29. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Reliability</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	80
Gambar 4.30. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Conformance</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	81
Gambar 4.31. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Durability</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	81
Gambar 4.32. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Serviceability</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	82
Gambar 4.33. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Aesthetics</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	83
Gambar 4.34. Distribusi Chi-Square Hubungan kontingensi Sikap Konsumen pada Atribut <i>Fit and Finish</i> Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Pertanyaan	89
Lampiran 2.	Rekapitulasi Data Penelitian Hasil Jawaban Responden	100 93
Lampiran 3.	Perhitungan Analisis Fishbein	99
Lampiran 4.	Analisis Deskriptive Penilaian Berdasarkan Karakteristik Konsumen	102
Lampiran 5.	Hasil Uji Chi Square	106
Lampiran 6.	Tabel Distribusi Chi-Square	122