



**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE BLACKBERRY OLEH
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
JEMBER**

**EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION AND LIFESTYLE BUYING
DECISION AGAINST MOBILE BLACKBERRY BY FACULTY
ECONOMICS, UNIVERSITY OF JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh:

Archie Reviella Asyhar

NIM. 080810291055

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Archie Reviella Asyhar
Nim : 080810291055
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry oleh
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 08 Juli 2013

Yang menyatakan,



Archie Reviella A

NIM : 080810291055

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry oleh
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Nama Mahasiswa : Archie Reviella Asyhar
NIM : 080810291055
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si.
NIP. 19670421 199403 1 008

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, SE, M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE BLACKBERRY OLEH
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Archie Reviella Asyhar
NIM : 080810291055
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

17 Desember 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Imam Suroso, SE, M.Si** : (.....)
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : **Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si** : (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001

Anggota : **Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si** : (.....)
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- Ayah dan ibu tercinta
- Keluarga yang selalu mendukungku
- Shofia Mahardika
- Teman – teman , sahabat ku yang tidak bisa saya ucapkan satu per-satu
- Almamater Universitas Jember

Motto:

Tidak ada hal baik itu yang sia-sia (penulis)

Hargailah orang lain, jika kamu ingin dihargai (penulis)

Jangan lihat masa lampau dengan penyesala, jangan pula melihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran (James Thurber)

RINGKASAN

Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember; Archie Reviella Asyhar; 080810291055; 2013; 64 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi merupakan istilah yang sering diucapkan pada jaman sekarang ini. Bahkan istilah teknologi informasi dan komunikasi sudah menjadi ciri dari abad ini. Salah satu fenomena yang menarik perhatian dunia saat ini adalah pertumbuhan telekomunikasi yang lebih canggih yaitu dengan munculnya produk ponsel pintar alias *smartphone*. Salah satu produk *smartphone* belakangan ini berhasil mencuri perhatian masyarakat adalah *handphone* merek BlackBerry. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh diferensiasi produk dan gaya hidup terhadap keputusan *handphone* BlackBerry. Penelitian ini bertempat di Fakultas Ekonomi UNEJ.

Penelitian ini termasuk jenis *confirmatory research* dan sekaligus penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan menggunakan metode survei. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UNEJ yang masih aktif hingga tahun ajaran 2013 dan yang berperan sebagai pengambil keputusan pembelian *handphone* BlackBerry serta masih menggunakannya. Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Cara pembagian jumlah responden menggunakan teknik *disproportional sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kusioner pada 100 responden. Data sekunder diperoleh dari tinjauan penelitian sebelumnya dan

buku-buku yang mendukung. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi dengan pendekatan konfirmatori untuk mengetahui apakah indikator-indikator diferensiasi produk dan gaya hidup merupakan pembentuk variabel diferensiasi produk dan gaya hidup yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk yang terdiri dari bentuk, keistimewaan, mutu kinerja dan gaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila persepsi konsumen akan diferensiasi produk dan gaya hidup meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, dan apabila sebaliknya, persepsi konsumen akan diferensiasi produk dan gaya hidup menurun maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen akan produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan.

SUMMARY

Effect of Product Differentiation and Lifestyle Buying Decision Against Mobile BlackBerry by Faculty of Economics, University of Jember; Archie Reviella Asyhar; 080810291055; 2013; 67 Pages; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember

The need for information and communication technology is a term that is often spoken in today's world. Even the term information and communication technologies have become the hallmark of this century. One phenomenon that attracted the attention of the world today is the growth of a more sophisticated telecommunications that with the advent of smart phones aka smartphones products. One recent smartphone product managed to steal the attention of the public is a BlackBerry mobile phone brand. This study aimed to examine the effect of product differentiation and the lifestyle decisions BlackBerry mobile phone. This study took place at the Faculty of Economics UNEJ.

This research is confirmatory research and study as well as an explanation (explanatory research) by using a survey method. The study population was all students of the Faculty of Economics UNEJ is still active until the academic year 2013 and which acts as a purchasing decision makers still use the phone and his BlackBerry. Sampling of the study using purposive sampling method. The distribution of the number of respondents using disproportionate sampling technique. The data used in this study are primary and secondary data. Primary data were obtained from the results of questionnaire on 100 respondents. Secondary data were obtained from previous studies and review books that support. Data analysis method used is regression with confirmatory approach to determine whether the indicators and lifestyle product differentiation is forming product differentiation variables that affect lifestyle and purchasing decisions.

Results of this study indicate that the product differentiation variables consisting of form, features, performance quality and style significantly influence the purchase decision. Similarly, the lifestyle variables significantly influence the purchase decision. From the results of these studies can be explained that when the perception of product differentiation and consumer lifestyle increases, will boost consumer purchasing decisions, and if otherwise, will consumer perceptions

and lifestyle product differentiation decreases it will lower the purchasing decisions of consumers for such products. Based on the results of this study concluded that both factors have a significant effect.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember“ Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dr. Handriyono, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f. Kedua orang tua yang telah memberikan kasih sayang dan pengorbanan yang tiada terkira kepada saya. Semoga Allah membalas jasa-jasa kalian.
- g. Seluruh teman-teman ku yang sudah mensupport, yang tidak bisa kusebutkan satu persatu semuanya terima kasih banyak
- h. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu-satu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan

sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 13 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| RINGKASAN | vii |
| SUMMARY | ix |
| PRAKATA | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB 1. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Tinjauan Teori | 8 |
| 2.1.1 Konsep Strategi Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.2 Ruang Lingkup Strategi Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3 Strategi Bauran Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.4 Diferensiasi Produk..... | 10 |
| 2.1.5 Basis Diferensiasi Produk..... | 11 |
| 2.1.6 Penerapan Diferensiasi..... | 12 |

| | |
|--|----|
| 2.1.7 Dimensi Diferensiasi..... | 13 |
| 2.1.8 Gaya Hidup..... | 13 |
| 2.1.9 Faktor – Faktor Pembentuk Gaya Hidup..... | 14 |
| 2.1.10 Klasifikasi Gaya Hidup..... | 15 |
| 2.1.11 Perilaku Konsumen..... | 16 |
| 2.1.12 Faktor – Faktor Perilaku Konsumen..... | 17 |
| 2.1.13 Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.1.14 Jenis Perilaku Pembelian..... | 18 |
| 2.1.15 Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Sebelumnya | 23 |
| 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian | 24 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian..... | 27 |

BAB 3. METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Rancangan Penelitian | 28 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 29 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 30 |
| 3.4 Identifikasi Variabel Penelitian..... | 30 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran..... | 31 |
| | |
| 3.6 Metode Analisis Data | 33 |
| 3.7 Kerangka Pemecahan Masalah | 39 |

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 42 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Research In Motion (RIM)..... | 42 |
| 4.1.2 Gambaran Umum BlackBerry..... | 43 |
| 4.1.3 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi UNEJ..... | 45 |
| 4.2 Karakteristik Responden..... | 46 |
| 4.2.1 Jurusan dan Angkatan..... | 46 |
| 4.2.2 Jenis Kelamin..... | 47 |
| 4.3 Deskripsi Penilaian Responden | 48 |
| 4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Diferensiasi Produk (X1)..... | 48 |
| 4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Gaya Hidup (X2) | 49 |
| 4.3.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y1) | 50 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk | 50 |
| 4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Diferensiasi Produk (X1)..... | 51 |
| 4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Gaya Hidup (X2)..... | 52 |
| 4.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian (Y1)..... | 52 |
| 4.5 Analisis Data..... | 53 |
| 4.5.1 Uji Asumsi Regresi Konfirmatori | 53 |
| 4.5.2 Analisis Regresi Dengan Pendekatan Konfirmatori | 55 |
| 4.5.3 Uji Kesesuaian Model | 55 |
| 4.5.4 Uji Kausalitas | 56 |
| 4.5.5 Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten | 58 |

| | |
|---|-----------|
| 4.6 Pembahasan | 58 |
| 4.6.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 59 |
| 4.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian | 60 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 63 |
| 5.2 Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 65 |
| LAMPIRAN..... | 67 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Jumlah Penjualan BlackBerry di Seluruh Dunia..... | 2 |
| Tabel 1.2 Survey Jumlah Pemilik BlackBerry Fakultas Ekonomi UNEJ | 6 |
| Tabel 2.2 Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya..... | 24 |
| Tabel 3.1 Uji Kesesuaian Model..... | 38 |
| Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNEJ | 46 |
| Tabel 4.2 Jumlah Responden Per-angkatan dan Per-jurusan..... | 47 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden..... | 47 |
| Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Diferensiasi Produk..... | 48 |
| Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Gaya Hidup..... | 49 |
| Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian..... | 50 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Diferensiasi Produk (X ₁)..... | 52 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Gaya Hidup (X ₂)..... | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian (Y ₁)..... | 53 |
| Tabel 4.10 Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori | 56 |
| Tabel 4.11 Rangkuman Uji Kausalitas..... | 56 |
| Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis..... | 58 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.13 Pengaruh Langsung Variabel Laten..... | 58 |
|--|----|

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 2.1 Model Proses Pembelian | 20 |
| Gambar 2.2 Tahap Proses Pengambilan Keputusan..... | 22 |
| Gambar 2.3 Kerangka Konseptual | 26 |
| Gambar 3.1 Uji Hipotesis Dua Arah (<i>Two Tailed Hypothesis</i>)..... | 33 |
| Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah | 40 |
| Gambar 4.1 Hasil Model Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori..... | 55 |

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

TANDA PERSETUJUAN REVISI

Nama : Archie Reviella Asyhar
Nim : 080810291055
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry oleh
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Ketua

Dr. Imam Suroso, SE. M. Si.
NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota

Sekretaris

Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si.
NIP. 19670421 199403 1 008

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001