



**ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HANDPHONE MEREK NOKIA DAN SAMSUNG DI KECAMATAN
SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

*Analysis of Differences Product Purchase Decision Mobile Brands Nokia and
Samsung in Jember District Sumbersari*

SKRIPSI

Oleh

Dodik Candra

NIM 070810201159

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

2013



**ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER HANDPHONE MEREK NOKIA
DAN SAMSUNG DI KECAMATAN**

*Analysis of Differences Product Purchase Decision Mobile Brands Nokia and
Samsung in Jember District Sumbersari*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Dodik Candra

NIM 070810201159

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Dodik Candra

NIM : 070810201159

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian**

**Produk Handphone Merek Nokia dan Samsung
di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 4 Juni 2013

Yang menyatakan,

Dodik Candra
NIM 070810201159

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HANDPHONE MEREK NOKIA DAN SAMSUNG di KECAMATAN
SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Dodik Candra
NIM : 070810201159
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

31 Mei 2013

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

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Dra. Susanti P, M. Si (.....)
NIP. 19660918 199203 2 002
2. Sekretaris : Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001
3. Anggota : Drs. Abdul Halim, M.Si (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 19900 2 100

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta “Ayah dan Ibu”, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Saudaraku terimakasih dukungannya.
3. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ.
4. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

MOTTO

“Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras”. ; Thomas A. Edison

Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan ; Thomas A. Edison

“Orang sukses itu umumnya ahli dalam menyederhanakan masalah hidup, sehingga ia selamat dari perdebatan argumen, perbedaan pendapat, dan keraguan yang tidak perlu. Ia memotong serangkaian masalah dengan solusi yang dibutuhkan oleh semua orang” ; Michael Korda

“Yang Saya butuhkan adalah Anda” ; Andi Sularso



**ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HANDPHONE MEREK NOKIA DAN SAMSUNG di KECAMATAN
SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

*Analysis of Differences Product Purchase Decision Mobile Brands Nokia and
Samsung in Jember District Sumbersari*

SKRIPSI

Oleh

Dodik Candra

NIM 070810201159

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Abdul Halim, M.Si

Dosen Pembimbing II : Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si

RINGKASAN

Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember; Dodik Candra, 070810201159; 2013; 79 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember”. Penelitian ini adalah bertujuan : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember; 2) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel harga yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember; 3) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel promosi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember; 4) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian saluran distribusi *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember.

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 4 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan. Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dimana variabel terganggunya adalah data kategori, sedangkan variabel bebasnya bukan kategori, karena variabel terganggunya merupakan variabel kategori, maka variabel terganggu bersifat setara dan *mutually exclusive*. Analisis diskriminan, disamping berfungsi untuk menemukan besarnya nilai perbedaan antara beberapa kelompok atau kategori yang diukur dari beberapa variabel penentu (diskriminator) juga berfungsi untuk menentukan besarnya nilai peranan (alokasi) tiap diskriminator pada tiap kategori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember; 2) Terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel harga yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan

keputusan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember; 3) Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel promosi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember; 4) Terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel saluran distribusi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

Kata kunci : Perbedaan, Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi

SUMMARY

Analysis of Differences Product Purchase Decision Mobile Brands Nokia and Samsung in Jember District Sumbersari; Dodik Candra, 070810201159; 2013; 79 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember”. Penelitian ini adalah bertujuan : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 2) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel harga yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 3) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel promosi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 4) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian saluran distribusi handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 4 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan. Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dimana variabel tergantungnya adalah data kategori, sedangkan variabel bebasnya bukan kategori, karena variabel tergantungnya merupakan variabel kategori, maka variabel tergantung bersifat setara dan mutually exclusive. Analisis diskriminan, disamping berfungsi untuk menemukan besarnya nilai perbedaan antara beberapa kelompok atau kategori yang diukur dari beberapa variabel penentu (diskriminator) juga berfungsi untuk menentukan besarnya nilai peranan (alokasi) tiap diskriminator pada tiap kategori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 2) Terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel harga yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di

Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 3) Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel promosi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember; 4) Terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel saluran distribusi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk handphone merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Kata kunci : Perbedaan, Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah. SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Abdul Halim, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan ibu Dr. Deasy Wulandari, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Ibu Drs. Susanti P., M.Si, selaku Ketua Tim Penguji.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teristimewa bapakku dan ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
7. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 31 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	vii
RINGKASAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen	9

2.1.4 Model Perilaku Konsumen	10
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen	11
2.1.6 Bauran Pemasaran	15
2.1.7 Keputusan Pembelian	17
2.1.8 Motif-Motif Konsumen Dalam Melakukan Pembelian	20
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Jenis Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Identifikasi Variabel	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	27
3.6.1 Operasional Variabel	27
3.6.2 Skala Variabel	29
3.7 Analisa Data	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reabilitas	31
3.7.3 Analisis Diskriminan	32
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	35

4.2 Karakteristik Responden	35
4.3 Distribusi Frekuensi	37
4.4 Analisa Data	42
4.4.1 Uji Instrumen	42
4.4.2 Analisis Diskriminan	44
4.4.3 Uji Signifikasi Koefisien Diskriminan	46
4.4.3 Uji Ketepatan Klasifikasi	49
4.5 Pembahasan	49
4.5.1 Tidak Terdapat Perbedaan Yang Signifikan Pada Produk Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone</i> Merek Nokia dan Samsung	50
4.5.2 Terdapat Perbedaan Yang Signifikan Pada Harga Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone</i> Merek Nokia dan Samsung	51
4.5.3 Tidak Terdapat Perbedaan Yang Signifikan Pada Promosi Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone</i> Merek Nokia dan Samsung	52
4.5.4 Terdapat Perbedaan Yang Signifikan Pada Saluran Distribusi Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone</i> Merek Nokia dan Samsung	53
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2 Karakteristik Pekerjaan/ Profesi Responden	36
Tabel 4.3 Karakteristik Usia Responden	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Produk Nokia	37
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Produk Samsung	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.8 <i>Struktur Matriks</i>	45
Tabel 4.9 Hasil Uji F	46
Tabel 4.10 <i>Eigenvalues</i>	47
Tabel 4.11 <i>Wilk's Lambda</i>	47
Tabel 4.12 Perbandingan Antara Konsumen Pengguna Nokia dan Samsung	48
Tabel 4.13 <i>Classification Result</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 : Model Perilaku Pembeli	10
Gambar 2.2 : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.3 : Model Lima Tahapan Proses Membeli	18
Gambar 2.4 : Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	59
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden	62
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi	64
Lampiran 4. Hasil Validitas	72
Lampiran 5. Hasil Reliabilitas	74
Lampiran 6. Hasil Analisis Diskriminan	76