



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DI KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN
PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY CDMA**

*Factors Affecting Consumers In Sub In Deciding Summersari Purchase
Blackberry CDMA Phones*

SKRIPSI

Oleh

Alfian Rico Putra
NIM. 070810291164

**JURUSAN S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DI KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN
PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY CDMA**

*Factors Affecting Consumers In Sub In Deciding Summersari Purchase
Blackberry CDMA Phones*

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh

**Alfian Rico Putra
NIM. 070810291164**

**JURUSAN S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : ALFIAN RICO PUTRA
NIM : 070810291164
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DI KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN
PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY CDMA

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, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 04 Februari 2014

Yang Menyatakan,

Materai
Rp.6000

Alfian Rico Putra
NIM. 070810291164

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DI KECAMATAN SUMBERSARI
DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN PONSEL
BLACKBERRY CDMA

Nama Mahasiswa : Alfian Rico Putra

NIM : 070810291164

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 19550516 198703 1 001

Pembimbing II

Drs. Sunardi, MM
NIP. 19530403 198503 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan / Program Manajemen

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

JUDUL SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DI KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY CDMA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Alfian Rico Putra

NIM : 070810291164

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

4 Februari 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Drs.H.Abdul Halim, M.Si (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001
2. Sekretaris : Drs.Sunardi, MM (.....)
NIP. 19530403 198503 1 001
3. Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP. (.....)
NIP. 19550516 198703 1 001

4x6

Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Mohammad Fathorozi, SE, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada;

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Saudaraku terimakasih dukungannya.
3. Fitria Ayu Pertiwi yang Selama Ini Telah Memberikan Dukungannya.
4. Semuan Teman – Teman Yang Ada Di Kontraan Atau Di Kosan Mastrip, kesuwon kabeh rek.
5. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ.
6. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

MOTTO

*Demi MATAHARI dan Sinarnya di Pagi Hari
Demi BULAN Apabila ia Mengiringi
Demi SIANG Apabila Menampakkan Diri
Demi MALAM Apabila ia Menutupi
Demi LANGIT dan Seluruh Binaannya
Demi BUMI dan yang Ada di Permukaannya
Demi JIWA dan segala Penyempurnaannya
ALLAH Mengilhami Sukma-Sukma Kefasikan dan Sukma-Sukma Ketakwaan
Maka Beruntunglah bagi Siapa-siapa yang Mensucikannya
Rugilah Siapa-siapa yang Mengotorinya*

(Al-Qur'an Surat Asy-Syams 1-11)

Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan disisi Allah-lah tempat kembali yang baik.

(QS. Ali Imran: 14)



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DI
KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN
PONSEL BLACKBERRY CDMA**

*Factors Affecting Consumers In Sub In Deciding Summersari Purchase
Blackberry CDMA Phones*

SKRIPSI

Oleh

ALFIAN RICO PUTRA
NIM 070810291164

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Adi Prasodjo, MP.

Dosen Pembimbing II : Drs.Sunardi, MM

RINGKASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Di Kecamatan Sumbersari Dalam Memutuskan Pembelian Ponsel Blackberry CDMA; Alfian Rico Putra, 070810291164; 2013; 78 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Fenomena perkembangan *BlackBerry* di Indonesia sendiri terhitung yang tercepat di dunia. Bahkan diprediksi jumlah penggunaanya dalam waktu dekat akan segera menyaingi jumlah penggunaanya di AS dan Kanada. Pengguna *BlackBerry* Indonesia merupakan pasar yang unik dan potensial, dan menjadi negara penyumbang keuntungan yang besar bagi *Research In Motion* (RIM). Ketika RIM (*Research In Motion*) awalnya bergabung di Indonesia, RIM (*Research In Motion*) hanya bergabung dengan tiga oprator terbesar, tetapi sekarang berkembang menjadi enam operator yang menyediakan layanan *BlackBerry Internet Service* (BIS) yaitu indosat, telkomsel, xl, axis, tri, dan smart. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Untuk faktor eksternal terdiri dari pengaruh lingkungan dan faktor bauran pemasaran. Pengaruh lingkungan terdiri dari budaya, kelompok acuan, situasi dan kelas social. Faktor bauran pemasaran terdiri dari *product, price, promotion, place, personal traits, physical evidence* dan *process*. Sedangkan faktor internal terdiri dari persepsi, gaya hidup,kepribadian dan sikap. Secara keseluruhan faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen baik secara individual maupun secara bersama-sama.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen di kecamatan Sumbersari untuk memutuskan pembelian ponsel *BlackBerry* CDMA. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di kecamatan Sumbersari yang menggunakan *BlackBerry* sekaligus sebagai pengambil keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, sehingga terkumpul 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian Terdapat faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *BlackBerry* CDMA. Adapun faktor-faktor tersebut sebagai berikut: Faktor pertama diberi nama faktor pengenalan kebutuhan, yang terdiri dari harga, kebutuhan dan keinginan; Faktor ke dua 2 diberi nama faktor referensi atau kelompok acuan, yang terdiri dari keluarga dan teman; Faktor ke tiga diberi nama faktor keunggulan, yang terdiri dari *feature* dan bentuk; Faktor ke empat diberi nama faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi dan sikap; Faktor ke lima faktor sumber informasi, yang terdiri dari iklan media cetak dan iklan media sosial; Faktor ke enam diberi nama faktor kebudayaan, yang terdiri dari *prestise* dan budaya; Faktor ke tujuh diberi nama faktor pribadi, yang terdiri dari kualitas produk dan pekerjaan; Faktor ke delapan diberi nama faktor konsep diri, yang terdiri dari pameran dan merek; Faktor ke sembilan diberi nama faktor promosi, yang terdiri dari *word of mouth*.

SUMMARY

Factors Affecting Consumers In Sub In Deciding Summersari CDMA Blackberry Phone Purchase; Alfian Rico Son, 070810291164; 2013; 78 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

Phenomenon of BlackBerry in Indonesia alone accounting for the fastest in the world. Even the predicted number of users in the near future will soon rival the number of users in the U.S. and Canada. Indonesian BlackBerry users a unique and market potential, and become a big profit contributors for Research In Motion (RIM). When RIM (Research In Motion) initially joins in Indonesia, RIM (Research In Motion) just joined the three largest operator, but now grown to six carriers that provide BlackBerry Internet Service (BIS) is indosat, telkomsel, xl, axis, tri, and smart. Purchasing decisions are influenced by internal factors and external factors. For the external factors consist of environmental influences and marketing mix factors. Environmental influences consist of culture, reference groups, social class and situation. Factors marketing mix consists of product, price, promotion, place, personal traits, physical evidence and process. While internal factors consist of perception, lifestyle, personality and attitude. Overall these factors can influence consumer behavior both individually and together.

This study aims to examine the factors that affect consumers in the district Summersari to decide the purchase BlackBerry CDMA phones. The population in this study are all consumers in Summersari districts that use the BlackBerry as well as decision makers pembelianMetode sampling study using purposive sampling, so that collected 100 respondents. Based on the results of the research There is a factor that consumers consider in making purchasing decisions CDMA BlackBerry. The factors are as follows: The first factor was given the name recognition factor requirement, which consists of the price, needs and desires; Factor 2 to two factors named reference or reference group, consisting of family and friends; Factors to three factors named excellence, which consists of feature and form; factors to four named psychological factors, which consists of motivation and attitude; factors to five factors resources, which consist of print media advertising and social media advertising; factors to six named cultural factors, which consists of prestige and cultural factors into seven named personal factors, which consists of the quality of products and jobs; factors to eight are named factor self-concept, which consists of exhibition and brand; factors to nine factors named campaign, which consists of word of mouth

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen di kecamatan Sumbersari untuk memutuskan pembelian ponsel *BlackBerry* CDMA. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di kecamatan Sumbersari yang menggunakan *BlackBerry* sekaligus sebagai pengambil keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, sehingga terkumpul 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian Terdapat faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *BlackBerry* CDMA. Adapun faktor-faktor tersebut sebagai berikut: Faktor pertama diberi nama faktor pengenalan kebutuhan, yang terdiri dari harga, kebutuhan dan keinginan; Faktor ke dua 2 diberi nama faktor referensi atau kelompok acuan, yang terdiri dari keluarga dan teman; Faktor ke tiga diberi nama faktor keunggulan, yang terdiri dari *feature* dan bentuk; Faktor ke empat diberi nama faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi dan sikap; Faktor ke lima faktor sumber informasi, yang terdiri dari iklan media cetak dan iklan media sosial; Faktor ke enam diberi nama faktor kebudayaan, yang terdiri dari *prestise* dan budaya; Faktor ke tujuh diberi nama faktor pribadi, yang terdiri dari kualitas produk dan pekerjaan; Faktor ke delapan diberi nama faktor konsep diri, yang terdiri dari pameran dan merek; Faktor ke sembilan diberi nama faktor promosi, yang terdiri dari *word of mouth*.

Kata Kunci: keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the variables Mie advertising on purchase decisions by consumers Sedaap Jember in urban areas and to determine the most dominant factor affecting purchasing decisions Mie Sedaap by consumers in urban areas Jember. The population is urban consumers who purchase Mie Jember Sedaap. The samples in this study using purposive sampling method. The number of sample respondents 90 respondents. Data analysis methods used are factor analysis and multiple linear regression analysis. Based on the analysis conducted in this study, it can be concluded as follows: a). of 15 variables proposed, formed four factors advertisement, namely: Factor 1 consisted of advertising themes, relevant / plausible, Communicative and Entertaining / entertaining. Factor 1 was named factor content of the message. Factor 2 consists of: the credibility of the artist, Advertising Design, Quality Audio and Visual Quality. Factor 2 was named factors message format. Factor 3 consists of: Motivation Advertising, advertising reps, Argument and Conclusion advertisement advertisement. Factor 3 was named factor structure of the message. Factor 4 consisted of: The appeal of the artist, and the artist Popularity. Factor 4 was named the message source factors and b). Variable message source most dominant influence on consumer purchasing decisions in the urban areas of the Mie Sedaap Jember.

Keywords: *purchasing decisions*

PRAKATA

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DI KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN PONSEL BLACKBERRY CDMA ”**.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. Adi Prasodjo, MP. selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sunardi, MM 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. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Teristimewa Bapakku dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
6. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.
7. Bisa” jika belum di coba. Meskipun tidak pernah terucap, tapi aku tahu kamu selalu mendukung, menyemangatiku dan mendoakanku dari jauh.
8. Sahabat terbaikku.

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, 04 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT	xii
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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 Perilaku Konsumen dan Sikap Konsumen.....	9
2.1.2 Perilaku Pembelian Konsumen	11
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	21

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Penelitian	23
3.2.1 Jenis Penelitian	23
3.2.2 Sumber Data	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.5 Identifikasi Variabel	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	27
3.8 Uji Instrumen	27
3.8.1 Uji Validitas	27
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.9 Metode analisis Data	29
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Gambaran Umum Ponsel <i>Blackberry</i>	32
4.1.2 Gambaran Umum Ponsel <i>Blackberry</i> CDMA	33
4.1.3 Karakteristik Responden.....	35
4.1.4 Hasil Analisis Data	37
4.1.4.1 Hasil Uji Instrument.....	37
4.1.4.2 Hasil Analisis Faktor	38
4.2 Pembahasan	45
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penjualan Handphone di Seluruh Dunia Berdasarkan Merek	4
Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.4 KMO and Barlett's Test	38
Tabel 4.5 Hasil Pengujian (<i>Anti Image Correlations</i>)	39
Tabel 4.6 <i>Total Variance Explaine</i>	40
Tabel 4.7 <i>Component Matrixa</i>	42
Tabel 4.8 <i>Rotated Component Matrix</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	31
Gambar 4.1 Scree Plot.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5. Hasil Analisis Faktor



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DI
KECAMATAN SUMBERSARI DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN
PONSEL *BLACKBERRY* CDMA**

SKRIPSI

OLEH

**Alfian Rico Putra
NIM . 070810291164**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**