

**PERBEDAAN KEPUTUSAN MEMBELI NETBOOK DENGAN  
KEPUTUSAN MEMBELI NOTEBOOK  
(Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP  
Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013)**

*The Difference of Buying Netbook Decision and Buying Notebook Decision  
(Case Study in The Students of Economics Program of Teacher Training and Education  
of Jember University on the Level of 2011, 2012, 2013).*

Devi Putri Novitasari, Retna Ngesti Sedyati , Sri Wahyuni  
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)  
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121  
E-mail: deviputri\_novitasari@yahoo.com  
Retnasedyati@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Adanya perbedaan antara keputusan pembelian netbook dengan keputusan pembelian notebook pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013 dipengaruhi oleh produk dan harga. Netbook dan notebook mempunyai perbedaan dari segi bentuk, kualitas, fitur dan harga. Dari situ konsumen harus benar-benar mengetahui produk mana yang harus dibeli sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan adanya perbedaan keputusan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan notebook pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental quota sampling*, yaitu sebanyak 60 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: observasi, angket, dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah Uji T-test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan notebook pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Besarnya perbedaan keputusan konsumen dalam membeli netbook dan keputusan konsumen dalam membeli notebook sebesar 6,9333.

**Kata Kunci:** keputusan pembelian, netbook dan notebook.

**ABSTRACT**

*There is a difference between of buying netbook decision and buying notebook decision on the students of Economics Program of Teacher Training and Education of Jember University on the level of 2011, 2012, 2013 is influenced by the product and the price. Netbook and notebook have a difference in terms of shape, quality, features and price. From there, the consumer should really find out where to buy products according to your needs. This research is intended to prove the existence of significant differences of buying netbook decision and buying notebook decision on the students of Economics Program of Teacher Training and Education of Jember University on the level of 2011, 2012, 2013. The method of determining the location of research using the method of purposive area. Determination of the respondents in this study using the method of accidental quota sampling, which is as many as 60 people. The data collection method used consists of methods: observation, question form, and interviews. The analysis of the test data used is the T-test. The results showed significant differences between of buying netbook decision and buying notebook decision on the students of Economics Program of Teacher Training and Education of Jember University on the level of 2011, 2012, 2013. The magnitude of the difference in the consumer's decision to buy a netbook and notebook buying in consumer decisions of 6,9333.*

**Keywords:** purchase decision, netbook and notebook.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin hari terus berkembang membuat masyarakat lebih mudah menggunakan teknologi yang dibutuhkan. Teknologi yang mampu menghadirkan kemudahan dan akses informasi semakin canggih. Salah satu teknologi yang dibutuhkan saat ini yaitu netbook dan notebook.

Netbook dan notebook bukan lagi merupakan barang mewah yang sulit untuk diperoleh, hampir di semua tempat baik itu di mall, kantor, sekolah, kampus dan tempat umum banyak orang yang menggunakannya. Salah satu pasar yang cukup potensial bagi produsen netbook atau notebook adalah mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa menggunakan netbook dan notebook untuk menunjang berbagai kegiatan perkuliahan seperti untuk mencari literatur tugas perkuliahan, menerima dan membuka email dan pengisian kartu rencana studi.

Netbook dan notebook mempunyai perbedaan dari segi bentuk, kualitas, fitur, dan harga. Netbook mempunyai ukuran layar 7 inci hingga 12 inci, tidak ada drive (CD atau DVD RW), konektivitas kabel yang sedikit, misalnya hanya ada dua USB, tanpa port-port tambahan yang biasa ada di jenis laptop lain. Netbook yang menggunakan processor (atom) kelas rendah yang hemat daya listrik, namun tetap memiliki daya tahan baterai yang cukup bagus yaitu 3 sampai 5 jam. Netbook disesain untuk melakukan kinerja ringan seperti mengolah data word, excel, power point, internetan, memainkan permainan ringan, dan seterusnya. Netbook lebih cocok digunakan untuk kegiatan lebih banyak mengolah data ringan sampai sedang, menjelajah internet, dan menonton video. Dilihat dari segi harga berkisar dua jutaan.

Notebook mempunyai ukuran layar 14 inci hingga 16 inci, dilengkapi drive (CD atau DVD RW). Konektivitas kabel lebih banyak dari pada netbook. Notebook menggunakan processor (intel) kelas menengah. Notebook menawarkan performa yang cukup bagus untuk bekerja, misalnya memiliki kecepatan pengolahan data yang cepat

serta memiliki kemampuan multimedia yang handal. Daya tahan baterai 1 sampai 3 jam. Notebook didesain untuk mengolah data seperti mengolah data word, excel, power point, internetan, memainkan game 3D, desain grafis dan lain-lain. Harga notebook berkisar empat jutaan.

<http://www.book/perbedaanantaralaptopnotebookdannetbookyangbenarnewbornspirit>.

Berdasarkan masing-masing kelebihan dan kekurangan yang ada pada produk tersebut, maka salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah menyediakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Mahasiswa di Universitas Jember mempunyai kesan positif atas keberadaan netbook dan notebook tersebut sehingga mahasiswa menetapkan pilihannya dalam membeli produk. Netbook dan notebook mempunyai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki masing-masing produk. Dari situ konsumen harus benar-benar mengetahui produk mana yang harus dibeli sesuai dengan kebutuhan.

Konsumen memiliki beberapa karakteristik yang berbeda, dimana perbedaan tersebut akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam mengambil suatu keputusan (Supranto, 2007:4). Penelitian ini akan menganalisis perbedaan keputusan pembelian netbook atau notebook pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Beberapa hal yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu (1) produk, produk mencakup bentuk produk, kualitas produk dan kelengkapan fitur produk.; (2) harga, harga yang terjangkau dan adanya potongan pembelian yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Perbedaan Keputusan Membeli Netbook Dengan Keputusan Membeli Notebook (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013)".

## METODE PENELITIAN

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di gedung I FKIP Universitas Negeri Jember, jalan Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Jember. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental quota sampling* yaitu sebanyak 60 orang, masing-masing 30 responden membeli netbook dan 30 responden membeli notebook. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, angket, dan wawancara. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan editing, skoring, dan tabulasi. Analisis data yang digunakan adalah uji T-test yaitu untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan notebook pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013

## HASIL

Uji T-test dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hit}$  dengan nilai  $t_{tab}$ . Untuk mencari  $t_{tab}$  adalah dengan memperhatikan nilai  $df$  yang diperoleh dari perhitungan  $n - 2 = 60 - 2 = 58$ . Sehingga diperoleh nilai dari  $t_{tab}$  dengan taraf signifikansi 5% sebesar 2,001. Uji T-test secara rinci disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Pengujian Uji T-test (Bentuk)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	p
Netbook	Notebook			
7,0333	6,0333	1,0000	4,555	0,000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan keputusan konsumen antara membeli netbook atau notebook dilihat dari bentuk ditemukan perbedaan konsumen netbook dan notebook secara signifikan. Hal ini diperoleh nilai  $t_{hit} \geq t_{tab}$  ( $4,555 > 2,001$ ) dan  $= 0,05 > sig = 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara kedua barang tersebut. Meskipun

demikian bentuk netbook lebih baik dengan skor rata-rata 7,0333 sementara skor rata-rata bentuk notebook 6,0333. Uji beda kualitas pada netbook dan notebook dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Pengujian Uji T-test (Kualitas)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	p
Netbook	Notebook			
5,8667	7,1667	1,3000	5,556	0,000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan keputusan konsumen antara membeli netbook atau notebook dilihat dari kualitas ditemukan perbedaan konsumen netbook dan notebook secara signifikan. Hal ini diperoleh nilai  $t_{hit} \geq t_{tab}$  ( $5,556 > 2,001$ ) dan  $= 0,05 > sig = 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara kedua barang tersebut. Pada aspek ini kualitas notebook lebih baik dengan skor rata-rata 7,1667 sementara skor rata-rata kualitas netbook adalah 5,8667. Untuk uji beda pada fitur netbook dan notebook dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Pengujian Uji T-test (Fitur)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	p
Netbook	Notebook			
4,4000	7,9667	3,5666	15,830	0,000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan keputusan konsumen antara membeli netbook atau notebook dilihat dari promosi ditemukan perbedaan konsumen netbook dan notebook secara signifikan. Hal ini diperoleh nilai  $t_{hit} \geq t_{tab}$  ( $15,830 > 2,001$ ) dan  $= 0,05 > sig = 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara kedua barang tersebut. Pada aspek ini fitur notebook lebih baik dengan skor rata-rata 7,9667 sementara skor rata-rata fitur netbook adalah 4,4000. Uji



beda pada harga netbook dan notebook dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Pengujian Uji T-test (Harga)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	p
Netbook	Notebook			
4,9333	4,1333	0,8000	3,970	0,000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan keputusan konsumen antara membeli netbook atau notebook dilihat dari harga ditemukan perbedaan konsumen netbook dan notebook secara signifikan. Hal ini diperoleh nilai  $t_{hit} \geq t_{tab}$  ( $3,970 > 2,001$ ) dan  $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara kedua barang tersebut. Pada aspek ini harga netbook lebih baik dengan skor rata-rata 4,9333 sementara skor rata-rata harga notebook adalah 4,1333.

Berdasarkan hasil uji beda dari netbook dan notebook (meliputi bentuk, kualitas, fitur dan harga) dapat dilihat hasil uji beda dari hasil keseluruhan produk netbook dan notebook seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Pengujian Uji T-test (Netbook dan Notebook)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	p
Netbook	Notebook			
39,5333	46,4667	6,9333	7,702	0,000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan keputusan konsumen antara membeli netbook atau notebook ada perbedaan keputusan konsumen netbook dan notebook secara signifikan. Hal ini diperoleh nilai  $t_{hit} \geq t_{tab}$  ( $7,702 > 2,001$ ) dan  $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara kedua barang tersebut, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan notebook.

Berdasarkan hasil pengujian secara umum netbook dan notebook disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan keputusan pembelian notebook pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Netbook lebih unggul dalam aspek bentuk dan harga sedangkan notebook lebih unggul dalam aspek kualitas dan fitur.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji T-test diketahui bahwa ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan notebook pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Terkait dengan produk notebook, notebook mempunyai bentuk yang besar, kulit yang bagus dan fitur yang lengkap. Notebook mempunyai kapasitas menyimpan data lebih besar. Fitur yang disediakan netbook dan notebook pada dasarnya hampir sama yaitu mengolah data ringan (word, excel, power point, internetan), yang membedakan pada netbook hanya bisa memainkan permainan ringan, sedangkan notebook permainan 3D, desain grafis dan lain-lain. Selain itu, koneksi kabel USB pada notebook lebih banyak dan dilengkapi CD Drive.

Hasil penelitian Nanang (2010) menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produk yang diinginkan konsumen adalah produk yang berkualitas, menarik dan tentunya cocok bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang ditawarkan notebook sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini.

*“saya lebih suka bentuk netbook yang kecil, ringan dibawa dan pilihan warnanya banyak”*  
(Hana, pengguna netbook).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa bentuk netbook yang lebih efisien, ringan dan pilihan warna yang bervariasi menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli netbook. Sedangkan notebook memiliki bentuk yang besar, layar lebar dan dari segi warna notebook hanya memiliki beberapa pilihan saja.

Terkait dengan kualitas, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap yang inovatif. Produk yang berkualitas mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini.

*“saya membeli notebook karena kapasitas penyimpanan data lebih besar”* (Farid, pengguna notebook).

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa kualitas notebook lebih baik, dilihat dari kapasitas penyimpanan data yang lebih besar serta menggunakan processor (intel) kelas menengah yang baik. Kapasitas penyimpanan data pada netbook tidak terlalu besar, tetapi netbook menggunakan processor (atom) kelas rendah yang hemat daya listrik, memiliki daya tahan baterai yang cukup.

Terkait dengan fitur, kelengkapan fitur yang dimiliki laptop merupakan salah satu pertimbangan konsumen melakukan pembelian. Berbagai fasilitas dan aplikasi mengenai kelengkapan laptop meliputi adanya drive CD, system operasi, banyaknya koneksi kabel USB, adanya Bluetooth dan lain-lain. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini.

*“Saya lebih memilih untuk membeli notebook karena lengkap ada tempat CD dan koneksi USB lebih banyak”* (Ilham, pengguna notebook).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa fitur notebook lebih lengkap, dilihat dari adanya drive CD, system operasi, dan koneksi kabel USB lebih banyak. Fitur yang lengkap lebih menarik konsumen untuk memutuskan membeli notebook.

Nanang (2010) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga akan mempengaruhi keputusan pembelian apabila didukung dengan manfaat yang diberikan. Menurut konsumen harga yang ditawarkan pada netbook sesuai dengan harapan mereka. Pernyataan tersebut juga diperkuat dari hasil wawancara dengan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini yang mengungkapkan bahwa :

*“Saya lebih memilih membeli netbook karena harganya lebih terjangkau”* (Sangidatus, pengguna netbook).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa konsumen lebih tertarik pada harga netbook yang lebih terjangkau serta dapat memenuhi kebutuhan mereka sesuai dengan kemampuan. Sedangkan harga notebook lebih mahal jika dibandingkan dengan netbook. Konsumen yang membeli notebook lebih melihat pada kelengkapan dari produk tersebut guna memenuhi kebutuhan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian netbook dengan keputusan pembelian notebook pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2011, 2012, 2013. Netbook lebih unggul dalam aspek bentuk dan harga sedangkan notebook lebih unggul dalam aspek kualitas dan fitur.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian mengenai perbedaan keputusan pembelian netbook dengan keputusan pembelian notebook, saran yang diberikan yaitu konsumen harus mengetahui kelebihan dan kekurangan produk misalnya dari segi bentuk produk, kualitas produk, fitur produk serta harga. Jika hanya mengolah data ringan (word, excel, power point, permainan ringan dan lain-lain) membeli netbook, tetapi jika memiliki kegiatan yang cukup banyak misalnya main game 3D, Desain grafis, memerlukan kapasitas penyimpanan data lebih besar anda harus membeli notebook. Dari situ konsumen harus benar-benar mengetahui produk mana yang harus dibeli sesuai dengan kebutuhan.

## DAFTAR PUSTAKA

Hadi, S. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, P dan Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabet.

Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Supranto, L. N. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

<http://www.Book/Perbedaan Antara Laptop, Notebook Dan Netbook Yang Benar - Newbornspirit.Html>. [akses 7 Agustus 2013].