



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PENGGUNA PONSEL NOKIA
(Studi Kasus pada Mahasiswa UMK)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

TRI BUDIONO

NIM. 2011-11-076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2015**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNA PONSEL NOKIA (Studi Kasus pada Mahasiswa UMK)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2015

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Dr. Dra. MAMIK INDARYANI, MS
NIDN. 0628045901

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

RATNA YULIA WIJAYANTI, SE, MM
NIDN.0619077601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. **Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)**
2. **Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya (Q.S. Al-Furqaan; 75)**

PERSEMBAHAN :

Kedua orang tua, teman-teman, Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, Khususnya dalam penyusunan skripsi penelitian ini. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. IbuDr. Dra. Mamik Indaryani, MS, serta selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan bimbingan hingga selesainya skripsi ini
3. Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan hingga selesainya skripsi ini.
4. Para Staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudua yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.

5. Para staff administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
6. Responden yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Kudus, 2015

Penulis

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNA PONSEL NOKIA (Studi Kasus pada Mahasiswa UMK)

Tri Budiono
NIM. 2011-11-076

Pembimbing I. Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS
II. Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM

Mahasiswa yang sebagian besar terdiri dari golongan anak muda merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial bagi produsen *handphone*, termasuk mahasiswa Universitas Muria Kudus yang pada umumnya aktif dalam mengikuti perkembangan teknologi. Pengguna *handphone* sudah merambah kalangan mahasiswa semakin banyak jumlahnya. Penjualan *handphone* di toko mencapai 25-35 unit perhari, sehingga sangat menarik untuk mengkaji bagaimana pengaruh merek, selera, kualitas, fitur, dan promosi terhadap keputusan pengguna ponsel Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa UMK).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan menganalisis ada pengaruh merek, selamat, kualitas, fitur, dan promosi terhadap keputusan pengguna *handphone* Nokia baik secara parsial maupun berganda. Penelitian ini yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni merek, selera, kualitas, fitur, promosi. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi merek, selera, kualitas, fitur, dan promosi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pengguna. Jenis dan sumber data menggunakan primer. Populasi sebanyak 8.149 mahasiswa, sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan validitas, dan reliabilitas. Pengolahan data menggunakan skoring, dan proses input data ke komputer. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi, uji hipotesis meliputi uji F dan uji t, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa merek, selera, kualitas, fitur, promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna produk *handphone* Nokia baik secara parsial maupun berganda. Nilai *adjusted R Square* sebesar 72.4%.

Kata Kunci : merek, selera, kualitas, fitur, promosi, dan keputusan pengguna.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF NOKIA MOBILE PHONE USERS (Case Study on Students UMK)

Tri Budiono
NIM. 2011-11-076

Supervisor I. Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS
II. Yulia Ratna Wijaya, SE, MM

Students were mostly made up of groups of young people is one of the potential market for mobile phone manufacturers, including Muria Kudus University students who are generally active in following technological developments. Mobile phone users have penetrated among the growing number of students. Sales of mobile phones in the shop reach 25-35 units per day, so it is interesting to examine how the influence of the brand, taste, quality, features, and promotions for mobile users Nokia's decision (Case Study on Student UMK).

The purpose of this study was to determine the existing analyze brand influence, congratulations, quality, features, and promotions to decision Nokia mobile phone users either partially or multiple. This research relating to factors that influence purchasing decisions that brand, taste, quality, features, promotions. The independent variable in this study include branding, taste, quality, features, and promotions. The dependent variable in this research is the user's decision. Types and sources of data using a primer. A population of 8149 students, a sample of 100 respondents. Gathering data using questionnaires. Test the validity of the instruments used, and the reliability. Data processing using the scoring, and process input data to the computer. The data analysis using descriptive analysis, regression analysis, hypothesis testing include tests F dan t test, and the coefficient of determination.

Based on the analysis conducted in this study it can be concluded that brand, taste, quality, features, promotions have a positive and significant impact on the decision of Nokia mobile product users either partially or multiple. Adjusted R Square of 72.4%.

Keywords: Brand, taste, quality, features, promotions, and user decision.

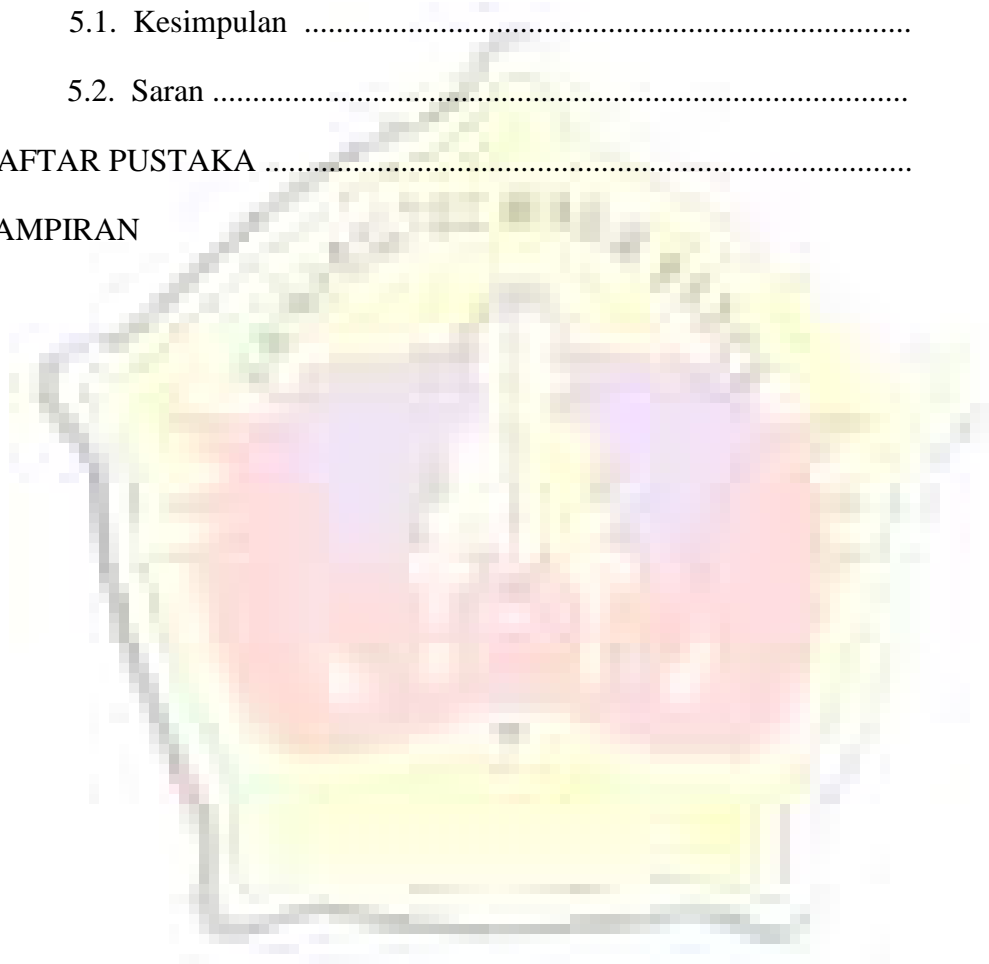
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
<u>BAB I. PENDAHULUAN</u>	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Merek	7
2.1.1. Pengertian Merek	7
2.1.2. Manfaat Merek	7
2.1.3. Indikator Merek	9
2.2. Selera	9
2.2.1. Pengertian Selera	9

2.2.2. Pengertian Selera	10
2.2.3. Indikator Selera	11
2.3. Kualitas	11
2.3.1. Pengertian Kualitas	11
2.3.2. Dimensi Kualitas	13
2.3.3. Indikator Kualitas	15
2.4. Fitur	16
2.4.1. Pengertian Fitur	16
2.4.2. Indikator Fitur	17
2.5. Promosi	17
2.5.1. Pengertian Promosi	17
2.5.2. Tujuan Promosi	18
2.5.3. Indikator Promosi	19
2.6. Keputusan Pengguna	20
2.6.1. Pengertian Keputusan Pengguna	20
2.6.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna	21
2.6.3. Indikator Keputusan Pengguna	25
2.7. Hubungan Merek terhadap Keputusan Pengguna	25
2.8. Hubungan Selera terhadap Keputusan Pengguna	26
2.9. Hubungan Kualitas terhadap Keputusan Pengguna	27
2.10. Hubungan Fitur terhadap Keputusan Pengguna	27
2.11. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pengguna	28
2.12. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28

2.13. Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.14. Hipotesis	31
BAB. III. METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Variabel Penelitian	32
3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.5. Pengumpulan Data	39
3.6. Uji Instrumen.....	41
3.7. Pengolahan Data	44
3.7.1. Skoring	41
3.7.2. Proses Input Data ke Komputer	44
3.8. Analisis Data	45
3.8.1. Analisis Deskriptif	45
3.8.2. Analisis Kuantitatif	46
3.8.3. Koefisien Determinasi	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Sejarah Berdirinya Universitas Muria Kudus	50
4.1.2. Pendirian Universitas Muria Kudus	53
4.1.3. Profil Produk Handphone Nokia	53
4.2. Penyajian Data	56
4.2.1. Gambaran Umum Responden	56
4.2.2. Tanggapan Responden	59

4.3. Analisis Data	64
4.3.1. Analisis Regresi	64
4.3.2. Uji Hipotesis	47
4.4. Pembahasan.....	71
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
3.1. Jumlah Mahasiswa Universitas Muria Kudus	37
3.2. Jumlah Sampel Pengguna Ponsel Nokia pada Universitas Muria Kudus	39
3.3. Uji Validitas xii	42
3.4. Uji Reliabilitas	43
4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	57
4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi	58
4.4. Tanggapan Responden Mengenai Merek	59
4.5. Tanggapan Responden Mengenai Selera	60
4.6. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas	61
4.7. Tanggapan Responden Mengenai Fitur	62
4.8. Tanggapan Responden Mengenai Promosi	63
4.9. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pengguna	64
4.10. Uji Model Regresi	65
4.11 Hasil Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

Halaman

31

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

