

**PENGARUH MEREK, KEMASAN, KUALITAS, DAN FITUR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM
BOLT 4G LTE DI JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: Lawrence Philemon

NIM: 27100102

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2014

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

PENGARUH MEREK, KEMASAN, KUALITAS, DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM BOLT 4G LTE DI JAKARTA UTARA

Diajukan oleh

Nama : Lawrence Philemon

NIM : 27100102

Jakarta, September 2014

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2014**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Lawrence Philemon / 27100102 / 2014 / Pengaruh Merek, Kemasan, Kualitas, dan Fitur terhadap keputusan pembelian modem Bolt 4G LTE di Jakarta Utara / Pembimbing : Dr. Tony Sutirjak, M.M.

Pada jaman ini teknologi sudah berkembang begitu cepat dan salah satunya adalah internet. Internet yang berawal hanya menggunakan kabel, kini sudah berkembang dan dapat diakses tanpa kabel yaitu wifi. Karena internet sudah menjadi sebuah kebutuhan, oleh karena itu Internux mengeluarkan produk wifi bolt. Karena produk ini termasuk baru, oleh karena itu perlu diketahui atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan teori atribut produk dan keputusan pembelian. Dimana atribut produk adalah mengembangkan produk atau jasa melibatkan penjelasan atas keuntungan yang ditawarkan. Sedangkan keputusan pembelian adalah dimana individu mengatasi kehidupan setiap hari yang menyebabkan mereka membeli dan menggunakan suatu produk.

Dalam penelitian ini objeknya adalah produk Bolt 4G LTE, dimana sampel yang akan diambil sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *judgement sampling*. Subyek penelitiannya adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Bolt 4G LTE di Jakarta Utara. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah mengevaluasi model pengukuran, analisis deskriptif, skala likert, regresi linear ganda, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kemasan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan merek, kualitas dan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelian ini diperoleh kesimpulan bahwa merek, kualitas, dan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian modem Bolt 4G LTE di Jakarta utara, sedangkan kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian modem Bolt 4G LTE di Jakarta Utara. Dari hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel yang paling dominan dalam perilaku pembelian modem Bolt 4G LTE di Jakarta Utara adalah variabel Merek.

Kata kunci : Merek, Kemasan, Kualitas, Fitur, Keputusan Pembelia



ABSTRACT

Lawrence Philemon / 27100102/2014 / *Effect of Brand, Packaging, Quality, and Features on Buying decision of Modem Bolt 4G LTE in North Jakarta* / Supervisor : Mr. Dr. Tony Sitinjak,

In this era of technology has developed so fast and one of them is the internet. Just started using the Internet cable, has now developed and can be accessed without wires ie wifi. Because the Internet has become a necessity, therefore PT. Internux wifi bolt release products. Because these products include new, therefore please note the product attributes that influence buying decisions.

This study uses the theory of product attributes and purchasing decisions. Where the product attributes is to develop a product or service involves an explanation for the benefits offered. While the purchase decision is which individuals cope with every day life that cause them to buy and use a product.

In this study the object is modem Bolt 4G LTE products, where samples will be taken as many as 150 respondents using non-probability sampling techniques, namely judgment sampling. The subject of his research is the consumers who use and buy modem 4G LTE in North Jakarta. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is to evaluate the measurement model, descriptive analysis, Likert scale, multiple linear regression, and the classical assumption.

The results of this study stated that the packaging has positive and not significantly influence buying decisions. As for the brand, quality and features positive and significant impact on buying decisions.

The results of this study presented the conclusion that the brand, quality, and features significantly influence buying decisions modem Bolt 4G LTE in North Jakarta, while the packaging does not significantly influence buying decisions modem Bolt 4G LTE in North Jakarta. From the results of this study also found that the most dominant variable in the buying decision modem Bolt 4G LTE in North Jakarta is variable Brands.



Kata Pengantar

Sebuah anugerah yang besar yang telah Tuhan Yesus berikan buat saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dan juga dapat menyelesaikan kegiatan perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan semangat, bantuan, bimbingan dan pemikiran, serta inspirasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. , selaku pembimbing penulis, yang telah begitu banyak memberikan nasihat, pengajaran, ilmu serta kepercayaan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen Kwik Kian Gie School of Business yang saya hormai dan saya hormati, yang telah memberikan bimbingan, ilmu, selama penulis menjalani perkuliahan di Kwik Kian Gie School of Business.
3. Pihak-pihak yang terkait: Perpustakaan, BAAK, dan sebagainya yang telah memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Papa, Mama, Chyendrick, dan Nenek terimakasih untuk setiap doa, semangat, dan dukungannya yang tiada habis-habisnya. Terima kasih akhirnya penulis bisa menyelesaikan pendidikan S1.
5. Untuk saudara dan saudariku di Persekutuan Choir Syalom yang telah memberikan dukungan lewat doa dan nasihat.





6. Untuk teman dan sahabat yang sudah sungguh baik hati dan memberikan kebaikan serta kekuatan untuk penulis selama pengerjaan skripsi Nico Nathanael, Hendra, Thasya Leo, Kevin Salim, Vincent Valeriant Chandra, Victor, Michael, Sandra, Juliana, Yossy Savanie, Peter, Nanda, Christy, Billy.
7. Untuk keluarga besar PD Maleakhi
8. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas doa, semangat, serta bantuan-bantuan yang diberikan untuk penulis.
Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, baik sebagai bahan penelitian selanjutnya maupun sebagai referensi. Selamat membaca Tuhan Yesus memberkati.

Jakarta, September 2014

Penulis

Hak Cipta: Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
Kata Pengantar	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Batasan Penelitian	5
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian	6
G. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
A. Konsep Perilaku Konsumen	7
B. Model perilaku konsumen	8
C. Faktor – faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen	9
D. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen	13
E. Keputusan pembelian	13
F. Konsep produk	19

© Hak Cipta Milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



G.	Atribut produk	20
H.	Penelitian Terdahulu	23
I.	Kerangka pemikiran	24
J.	Hipotesis Penelitian	27
BAB III.	28
A.	Objek Penelitian	28
B.	Desain Penelitian	28
C.	Variabel Penelitian	30
D.	Teknik Pengumpulan Data	32
E.	Teknik Pengambilan Sampel	35
F.	Teknik Analisis Data	35
BAB IV	41
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B.	Analisis Data	46
C.	Hasil penelitian	69
D.	Pembahasan	71
BAB V	73
A.	Kesimpulan	73
B.	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Dititik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Ditarang Mengura sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	23
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu	24
Tabel 3.1	Operasionalisasi Dimensi Merek, Kemasan, Kualitas, dan Fitur	31
Tabel 3.2	Operasionalisasi Dimensi Keputusan Pembelian	32
Tabel 4.1	Layanan produk	44
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel Merek	46
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemasan	47
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Fitur	47
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas	48
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Merek	49
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kemasan	49
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Fitur	49
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas	50
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.12	Persentase Responden berdasarkan jenis kelamin	51
Tabel 4.13	Persentase Responden berdasarkan usia	51
Tabel 4.14	Persentase Responden berdasarkan pekerjaan	52
Tabel 4.15	Persentase Responden berdasarkan pendapatan	53
Tabel 4.16	Persentase Responden berdasarkan pendidikan	54
Tabel 4.17	Tanggapan Responden mengenai Merek	55
Tabel 4.18	Tanggapan Responden mengenai Kemasan	56
Tabel 4.19	Tanggapan Responden mengenai Kualitas	58
Tabel 4.20	Tanggapan Responden mengenai Fitur	60
Tabel 4.21	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.22	Hasil uji Normalitas	63
Tabel 4.23	Hasil uji Multikolinieritas	64

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.24 : Hasil uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.25 : Hasil uji analisis F	66
Tabel 4.26 : Hasil Analisis Uji t	67
Tabel 4.27 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

<p>1. Dilakukan penulisan kritis dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>© Hak cipta milik IBIKKG dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p>Gambar 4.1 : Model Perilaku Konsumen 9</p> <p>Gambar 4.2 : Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen 9</p> <p>Gambar 4.3 : 5 tahap model proses pembelian konsumen14</p> <p>Gambar 4.4 : Kerangka Pemikiran 26</p> <p>Gambar 4.1 : Logo Perusahaan PT. Internux 40</p> <p>Gambar 4.2 : Modem <i>wifi bolt</i> 41</p> <p>Gambar 4.3 : Layanan Prabayar 43</p> <p>Gambar 4.4 : Layanan Pascabayar..... 43</p> <p>Gambar 4.5 : BOLT! USB modem ZTE MF825A 44</p> <p>Gambar 4.6 : BOLT! MOBILE WiFi ZTE MF9044</p> <p>Gambar 4.7 : BOLT! Home router Huawei E517244</p> <p>Gambar 4.8 : Skor rata – rata variabel merek 53</p> <p>Gambar 4.9 : Skor rata – rata variabel kemasan 55</p> <p>Gambar 4.10 : Skor rata – rata variabel kualitas 56</p> <p>Gambar 4.11 : Skor rata – rata variabel fitur58</p> <p>Gambar 4.12 : Skor rata – rata variabel Perilaku Pembelian60</p>	
--	---	--

