

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

### BAB IPENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran .....	10
2.2 Atribut Produk.....	11
2.2.1 Kualitas Produk .....	15
2.2.2 Fitur Produk.....	16
2.2.3 Desain Produk .....	17
2.2.4 Merek Produk .....	18
2.2.5 Diferensiasi Produk .....	19

2.3	Penetapan Harga.....	26
2.3.1	Tujuan Penentuan Harga .....	31
2.3.2	Pendekatan Umum terhadap Harga.....	32
2.3.3	Persepsi Konsumen Terhadap Harga .....	34
2.3.4	Respon Terhadap Perubahan Harga .....	34
2.3.5	Penyesuaian Harga.....	36
2.4	Proses Keputusan Pembelian .....	40
2.5	Kerangka Pemikiran.....	46
2.5.1	Keterkaitan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian.	47
2.5.2	Keterkaitan Penetapan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	49
2.5.3	Keterlibatan Atribut Produk dan Penetapan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	50
2.6	Hipotesis Penelitian.....	52

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	53
3.1.1	Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	53
3.2	Metode Penelitian.....	54
3.2.1	Operasional Variabel Penelitian.....	54
3.2.2	Sumber Data.....	60
3.2.3	Populasi dan Sampel .....	60
3.2.3.1	Populasi .....	60
3.2.3.2	sampel .....	61
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.2.5	Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	62
3.3	Metode Statistik.....	64
3.3.1	skala Pengukuran.....	64
3.3.2	Pengujian Validitas.....	65
3.3.3	Pengujian Reliabilitas.....	65

3.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.3.5	Analisis Korelasi Sederhana.....	66
3.3.6	Koefisien Determinasi.....	68
3.3.7	Rancangan Uji Hipotesis.....	69

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Atribut Produk, Kebijakan Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian Produk yang terjadi pada Mahasiswa Universitas Widyatama.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	71
4.1.2	Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.1.3	Hasil Survey mengenai tanggapan responden mengenai Atribut Produk pada Mahasiswa Universitas Widyatama.....	75
4.1.4	Hasil Survey mengenai Kebijakan Penetapan Harga.....	86
4.1.5	Hasil Survey mengenai Keputusan Pembelian Produk Netbook.....	94
4.2	Pengaruh Atribut Produk dan Kebijakan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Netbook pada Mahasiswa Universitas Widyatama Secara Parsial.....	99
4.2.1	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Netbook Mahasiswa Universitas Widyatama.....	100
4.2.1.1	Koefisien Korelasi (Rank Spearman).....	100
4.2.1.2	Koefisien Determinasi.....	100
4.2.1.3	Pengujian Hipotesis.....	100
4.2.2	Pengaruh Kebijakan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Netbook pada Mahasiswa Universitas Widyatama.....	102

4.2.2.1 Koefisiensi Korelasi (Rank Spearman).....	102
4.2.2.2 Koefisien Determinasi .....	103
4.2.2.3 Pengujian Hipotesis.....	104
4.3 Pengaruh Atribut Produk dan Kebijakan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Netbook Mahasiswa Universitas Widyatama Secara Simultan.....	104
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	104
4.3.2 Analisis Korelasi Berganda.....	105
4.3.3 Koefisiensi Determinasi .....	106
4.3.4 Pengujian Simultan (Uji F) .....	106

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran.....	110

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel.1.1 <i>Netbook</i> Terbaik tahun 2013 .....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2 Skala Likert .....	64
Tabel 3.3 Interval Koefiensi Korelasi .....	68
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72

Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk ( $X_1$ ).....	72
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kebijakan Penetapan Harga ( $X_2$ ).....	73
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kebijakan Keputusan Pembelian (Y) .....	73
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ .....	74
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ .....	74
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Y .....	74
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Tampilan / Fisik <i>Netbook</i> .....	76
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Proses Atau Memori (RAM) yang ada di <i>Netbook</i> Sudah Memenuhi Kebutuhan .....	77
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Bahan yang Digunakan <i>Netbook</i> .....	77
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Batre <i>Netbook</i> Memiliki Kapasitas yang Cukup Besar.....	78
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai <i>Netbook</i> yang Memiliki Ciri Khas yang Menarik .....	78
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Warna <i>Netbook</i> Cukup Beragam .....	79
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan dalam Menggunakan <i>Netbook</i> Sangat Tinggi .....	80
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Layar yang Dimiliki <i>Netbook</i> Sangat Jernih.....	80
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Variasi Jenis <i>Netbook</i> Cukup Beragam .....	81
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Berat dari <i>Netbook</i> Cukup Ringan .....	82
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai <i>Netbook</i> Memiliki Kemudahan Dalam Pemakaian.....	82
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Setiap <i>Netbook</i> Memiliki Ketersediaan Koneksi Untuk Internet (Wi-fi, Lan, Modem).....	83

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai <i>Netbook</i> Memiliki Kemudahan Mengoprasikan Program / Aplikasi (Ms Office, Database, Adobe).....	84
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Keaslian Produk Serta Garansi yang Diberikan Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	84
Tabel 4.23 Rekapitulasi Data untuk Variabel Atribut Produk.....	85
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai <i>Netbook</i> Sebanding dengan Kualitas Produk.....	86
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Harga Jual Kembali Atas <i>Netbook</i> Cukup Tinggi di Pasaran.....	87
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Syarat Pembelian <i>Netbook</i> .....	87
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Besarnya Potongan Harga Menjadikan Pertimbangan dalam Pembelian.....	88
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Even Promosi Mempengaruhi untuk Membeli <i>Netbook</i> .....	89
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Layanan Cash Back Guarantee yang Diberikan Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	89
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Pembayaran Melalui ATM Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	90
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Ketersedian Pembayaran Melalui Kartu Kredit Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> ..	91
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Pembayaran Melalui Finance (Adira, BCA finance) Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	91
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Pembayaran Melalui <i>Payment Point</i> Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	92
Tabel 4.34 Rekapitulasi Data Untuk Variabel Kebijakan Penetapan Harga.....	93

Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Adanya Kebutuhan akan <i>Netbook</i> .....	94
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Adanya Pengaruh Status Sosial .....	95
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Adanya Brand / Merek Tertentu .....	95
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai Informasi dari Media Massa.....	96
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai Harga Menjadi Pertimbangan dalam Pembelian <i>Netbook</i> .....	96
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Sikap Orang Lain Menjadi Pertimbangan Pembelian <i>Netbook</i> .....	97
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan pada <i>Netbook</i> untuk Menyampaikannya pada Orang Lain .....	98
Tabel 4.42 Rekapitulasi Data untuk Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 4.43 Uji Korelasi.....	100
Tabel 4.44 Uji Hipotesis t .....	101
Tabel 4.45 Uji Korelasi.....	102
Tabel 4.46 Uji Hipotesis t .....	103
Tabel 4.47 Analisis Regresi Berganda.....	104
Tabel 4.48 Uji Korelasi Berganda.....	105
Tabel 4.49 Uji F.....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan <i>Netbook</i> dan Pc .....	2
Gambar 1.2 Survei Evaluasi Produk <i>Netbook</i> di Universitas Widyatama.....	6
Gambar 2.1 Tiga Tingkatan Produk .....	13
Gambar 2.2 Individual Product Decisions.....	15
Gambar 2.3 Major Brand Strategy Decision .....	18
Gambar 2.4 <i>Factors Affecting Pricing Decisions</i> .....	28

Gambar 2.5 <i>Market Skimming</i> .....	32
Gambar 2.6 Cost Based vs Value Based Pricing.....	34
Gambar 2.7 Responding to Price Changes.....	35
Gambar 2.8 AIDA Model .....	42
Gambar 2.9 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	44
Gambar 2.10 Jenis Perilaku Pembelian.....	45
Gambar 2.11 Perilaku Pasca Pembelian.....	46
Gambar 2.12 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 4.1 Uji Hipotesis Uji Satu Pihak.....	102
Gambar 4.2 Uji Hipotesis Uji Satu Pihak.....	104
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan $h_0$ (Uji F).....	108

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabel distribusi T
3. Tabel distribusi F
4. Kartu Bimbingan
5. Surat Survei