

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM PEMILIHAN MEREK HANDPHONE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh :**

**DWI YULIANTO**

**B 100 060 285**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK HANDPHONE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah  
Surakarta)**

Yang ditulis oleh:

**DWI YULIANTO**

**B 100 060 285**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, November 2010

Pembimbing

**(Drs. M. Farid Wajdi, MM., Ph.d)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Dr. Triyono, M.Si)**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DWI YULIANTO**  
NIRM : **06.6.106.02016.50285**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
PEMILIHAN MEREK HANDPHONE (Studi  
Kasus Pada Mahasiswa Universitas  
Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **8 November 2010**

Yang membuat pernyataan,

**DWI YULIANTO**

## MOTTO

**Dan kepunyaan Allah-lah segala yang ada pada malam dan siang. Dan Dialah Yang Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.**

**(Qs. Al An'am : 13 )**

**Terus melangkah kedepan dan sesekali menoleh kebelakang.**

**Belajar dari pengalaman.**

**(masa lalu bukan penghalang tapi sejarah yang tak perlu untuk dilupakan)**

**(Penulis)**

**Rengkuhlah kisah yang kan terjadi, hiasi dengan senyummu, sempurnakan dengan tangismu**

**(Cupumanik )**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan ucapan syukur kepada **Allah SWT**, hasil karya sederhana ini penulis persembahkan dengan penuh ikhlas kepada:

- ❖ **Bapak dan Ibu tercinta serta keluarga, yang tak mungkin bisa terbalas kasih sayang dan perjuangannya meski dengan nyawa.**
- ❖ **Eyang putri, yang selalu ceria dan penuh kasih sayang memberikan dukungan semangat.**
- ❖ **Kakak-kakakku serta keponakan yang tersayang.**
- ❖ **Seseorang yang siap menjadi penyempurna iman bagiku serta pendamping hidup dan matiku nanti.**
- ❖ **Saudara-saudaraku seiman yang semoga selalu dirahmati oleh Allah SWT.**

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dikala semua terasa tidak mungkin terjadi, serta mengirimkan orang-orang sebagai tanda kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK HANDPHONE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”** sebagai salah satu mata kuliah wajib tempuh diprogram studi manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Semoga segala masalah dan kendala dalam mengerjakan skripsi ini menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam menempuh kehidupan selanjutnya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat menyadari semua yang dicapai bukanlah hasil penulis semata, tetapi kesimpulan pikiran, kerja, kebaikan dan budi baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Allah SWT, berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

2. Bapak Drs. Farid Wajdi MM, Phd., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak DR. Triyono Msi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Agus Muqorobin MM., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Ahmad Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan administrasi selama proses skripsi dan perkuliahan.
6. Sahabat–sahabatku Latif “ichiz”, Puad “Mbo”, Gepenk “amay”, Arham “Yati You”, semoga jarak tak memisahkan persahabatan kita.
7. Teman-temanku kelas L angkatan ’06 yang telah banyak membantu dalam perkuliahan dan segalanya.
8. Teman-temanku yang penuh canda dan tawa Punk, Inunk, Tarry, Ustadz Ucup dan semuanya yang secara tidak langsung telah memberikan semangat dan motivasi terhadap penulis.
9. Pak Min, terima kasih karena selama ini telah menjadi penunjuk arah bagi penulis untuk menemukan letak dimana perkuliahan berlangsung.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan dimasa datang.

**Wassalamualaikum Wr.Wb.**

Surakarta, November 2010

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Pemasaran .....	9
1. Pengertian Pemasaran .....	9

	2. Fungsi pemasaran .....	13
	3. Konsep Pemasaran .....	14
B.	Manajemen Pemasaran .....	15
	1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
	2. Proses Manajemen Pemasaran .....	19
C.	Merek .....	20
	1. Pengertian Merek .....	20
	2. Pemilihan Merek .....	22
	3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Merek .	24
	a. Harga.....	24
	b. Kualitas .....	29
	c. Bentuk atau Model.....	34
	d. Fitur.....	36
D.	Penelitian Sebelumnya .....	37
E.	Hipotesis .....	39
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A.	Kerangka Pemikiran .....	40
B.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
C.	Penentuan Sampel .....	44
D.	Jenis dan Sumber Data .....	45
E.	Metode Pengumpulan Data .....	45
F.	Skala dan Tehnik Pengumpulan Data .....	46
G.	Metode Analisis Data.....	46

BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
	A.	Deskripsi Responden.....	54
	B.	Analisis Data.....	55
	C.	Pembahasan .....	71
BAB	V	PENUTUP .....	73
	A.	Kesimpulan .....	73
	B.	Keterbatasan Penelitian .....	75
	C.	Saran .....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator .....	43
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	54
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Sperarman Rank Correlation	59
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Sistem Pemasaran Sederhana .....	11
Gambar 2.2 Proses Manajemen Pemasaran.....	19
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Corelations for Validity Test
- Lampiran 3. Reliability Test
- Lampiran 4. Normalitas
- Lampiran 5. Multikolinieritas
- Lampiran 6. Heteroskedastisitas
- Lampiran 7. Regression

## ABSTRAK

Perumusan dari permasalahan ini adalah 1) Apakah ada pengaruh antara harga, kualitas, bentuk atau model dan fitur dengan pemilihan merek handphone? 2) Apakah secara bersama-sama ada pengaruh antara harga, kualitas, bentuk atau model dan fitur terhadap pemilihan merek handphone?

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara tingkat harga dengan pemilihan merek handphone, 2) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas dengan pemilihan merek handphone, 3) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara bentuk atau model dengan pemilihan merek handphone, 4) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara fitur dengan pemilihan merek handphone, 5) Untuk mengetahui apakah secara bersama-sama ada pengaruh antara harga, kualitas, bentuk atau model dan fitur terhadap pemilihan merek handphone.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan merek handphone, hal ini didukung karena koefisien regresi harga ( $X_1$ ) positif sebesar 0,349 dan hasil uji t menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,796 > 1.960$ ) atau  $t_{sing}$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Kualitas berpengaruh positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan merek handphone, hal ini didukung karena koefisien regresi kualitas ( $X_2$ ) positif sebesar 0,665 dan hasil uji t menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,404 > 1.960$ ) atau  $t_{sing}$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Bentuk atau model berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pemilihan merek handphone, hal ini didukung karena koefisien regresi bentuk atau model ( $X_3$ ) negatif sebesar -0,552 dan hasil uji t menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-2,952 > -1.960$ ) atau  $t_{sing}$  (0,005) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Fitur berpengaruh positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan merek handphone, hal ini didukung karena koefisien regresi fitur ( $X_4$ ) positif sebesar 0,450 dan hasil uji t menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,553 > 1.960$ ) atau  $t_{sing}$  (0,001) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ).

Berdasarkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  lebih ( $30,501 > 2,84$ ), maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan antara harga ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), bentuk atau model ( $X_3$ ), dan fitur ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap pemilihan merek (Y) atau karena  $F_{sing}$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka harga ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), bentuk atau model ( $X_3$ ) dan fitur ( $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemilihan merek (Y).

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows* maka dapat diperoleh  $R^2$  sebesar 0,689, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), kualitas ( $X_2$ ), bentuk atau model ( $X_3$ ), dan fitur ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel pemilihan merek (Y) sebesar 68,9%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,9\% = 31,1\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Bentuk atau Model, Fitur dan Pemilihan Merek