

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PEMILIHAN *SMARTPHONE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Rivando Chandra Tantama**

**NPM : 12 03 19808**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2017**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PEMILIHAN *SMARTPHONE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)**

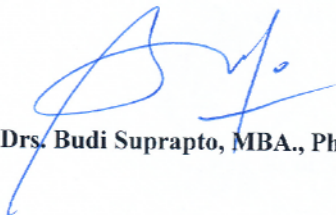
Disusun oleh :

**Rivando Chandra Tantama**

**NPM : 12 03 19808**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Tanggal 26 Mei 2017**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PEMILIHAN *SMARTPHONE***  
(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :  
**Rivando Chandra Tantama**  
NPM : 12 03 19808

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 13 Juli 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

  
**E. Dita Septiari, SE., M.Sc.**

Yogyakarta, 13 Juli 2017  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN *SMARTPHONE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Mei 2017

Yang menyatakan



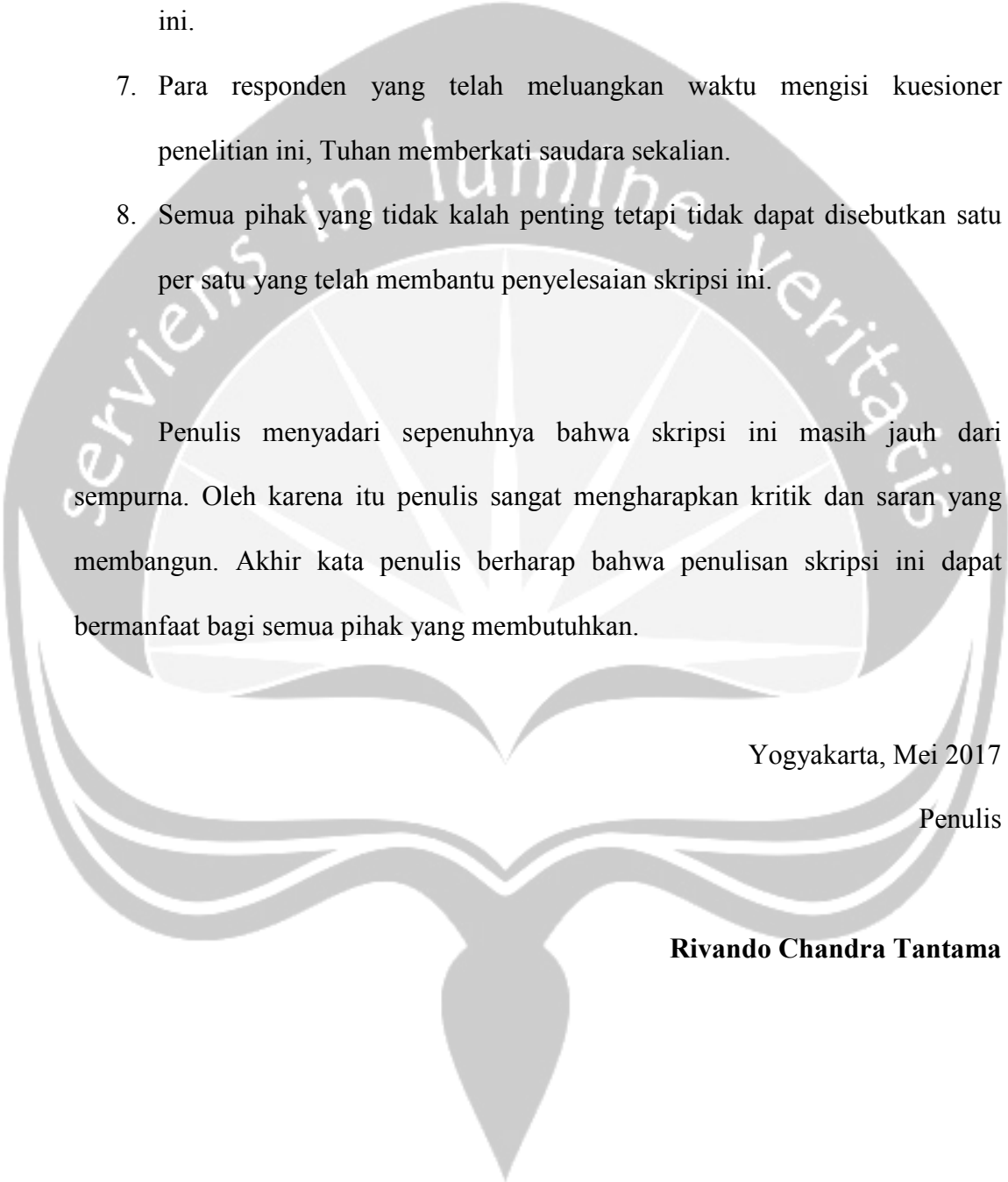
**Rivando Chandra Tantama**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan atas segala kasih, berkat, bimbingan dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan *Smartphone*: (Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta”**.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Maka pantas kiranya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, motivasi doa dan dukungan yaitu kepada :

1. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA. Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing, mendampingi dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi UAJY yang telah mengajar dan memberikan layanan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Papa dan Mama yang telah menjadi ayah dan bunda terbaik di dunia, terimakasihku atas segala yang telah papa dan mama berikan..
4. Saudara-saudaraku tercinta, terimakasih untuk kasih sayang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seseorang yang spesial dan memberikan warna dalam hidupku, terimakasih atas kesetiaanmu, dukungan dan semangat yang kau berikan menjadi buat terbaik dalam hidupku.

- 
6. Teman-teman UAJY khususnya Fakultas Ekonomi prodi Manajemen angkatan 2012 terimakasih untuk kebersamaan yang telah kita jalin selama ini.
  7. Para responden yang telah meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian ini, Tuhan memberkati saudara sekalian.
  8. Semua pihak yang tidak kalah penting tetapi tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Mei 2017

Penulis

**Rivando Chandra Tantama**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Berusahalah selalu dengan giat untuk mengubah  
sebuah cemoohan menjadi pujian”**



*Skripsi ini kupersembahkan untuk :*

*✚ Semua umat Tuhan*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan Skripsi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pernyataan .....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Motto dan Persembahan .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xii</b>
<b>Intisari .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
2.1. Niat Beli.....	8
2.2. Keputusan Pembelian .....	10
2.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Produk <i>Smartphone</i> ...	14
2.4. Penelitian Terdahulu.....	26
2.5. Hipotesis .....	27



<b>BAB III Metode Penelitian</b> .....	<b>31</b>
3.1. Jenis dan Waktu Penelitian .....	31
3.2. Obyek dan Subyek Penelitian .....	31
3.3. Populasi, Sampel Metode Pengambilan Sampel .....	31
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5. Metode Pengukuran Data .....	33
3.6. Metode Pengujian Instrumen Penelitian .....	33
3.7. Metode Analisis Data .....	36
<b>BAB IV Analisis Data</b> .....	<b>42</b>
4.1. Analisis Karakteristik Demografi Responden .....	42
4.2. Faktor-Faktor yang Menentukan Pilihan Konsumen pada Merek Produk <i>Smartphone</i> .....	44
4.3. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.4. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	55
4.5. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Penghasilan .....	58
<b>BAB V Penutup</b> .....	<b>62</b>
5.1. Kesimpulan .....	62
5.2. Implikasi Manajerial .....	65
5.3. Saran .....	66
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	68
Daftar Pustaka .....	69

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Uji Validitas .....	34
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.1. Karakteristik Demografi Responden.....	43
Tabel 4.2. Descriptive Statistics .....	44
Tabel 4.3. KMO dan Bartletts Test .....	46
Tabel 4.4. Communalities .....	47
Tabel 4.5. Total Variance Explained.....	48
Tabel 4.6. Component Matriks.....	50
Tabel 4.7. Rotated Component Matrix.....	51
Tabel 4.8. Indikator Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> .....	52
Tabel 4.9. Nama Faktor Pemilihan Merek Produk <i>Smartphone</i> .....	53
Tabel 4.10. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.11. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	56
Tabel 4.12. Perbedaan Faktor-Faktor Pemilihan Produk <i>Smartphone</i> Berdasarkan Penghasilan .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Membeli ..... 12



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Faktor
Lampiran	VI	Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>
Lampiran	VII	Analisis <i>Oneway Anova</i> : Berdasarkan Pendidikan
Lampiran	VIII	Analisis <i>Oneway Anova</i> : Berdasarkan Pendapatan
Lampiran	IX	Tabel Distribusi R 5%



# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN *SMARTPHONE*

(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)

Disusun oleh :  
**Rivando Chandra Tantama**  
NPM : 12 03 19808

Dosen Pembimbing:  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## Intisari

Banyak produk *smartphone* yang dipasarkan dengan fitur yang hampir sama satu dengan yang lainnya. Konsumen dapat memilih atau membeli produk *smartphone* sesuai dengan kebutuhan maupun anggaran belanja mereka. Dalam proses pencarian informasi tersebut, konsumen tentunya memiliki kriteria tertentu yang akan digunakan sebagai dasar pemilihan produk *smartphone*.

Penelitian ini dilakukan untuk eksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan konsumen pada produk *smartphone*. Penelitian dilakukan pada 200 konsumen pengguna produk *smartphone* dari berbagai merek di Yogyakarta pada bulan Maret 2017. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor, analisis *independent sample t-test* dan analisis *oneway anova*.

Hasil penelitian diketahui ada delapan faktor yang mempengaruhi pemilihan konsumen pada produk *smartphone* yaitu: inovasi fitur, *brand* dan *basic properties*, *outside influence*, desain, *reliability*, harga, manfaat simbolik, dan multimedia. Hasil lain dari penelitian ini memberikan informasi bahwa: Konsumen pria memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor *brand and basic propertis*, sedangkan konsumen wanita memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor multimedia. Konsumen pendidikan Sarjana Strata 2 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor inovasi dan fitur serta faktor *brand and basic propertis*. Konsumen pendidikan Sarjana Strata 1 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor manfaat simbolik. Konsumen dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor inovasi dan fitur, faktor *brand and basic propertis*, faktor *reliability* dan faktor manfaat simbolik.

**Kata kunci:** Pemilihan produk dan *smartphone*.