

**PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA,  
DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI  
KALANGAN KONSUMEN MUDA**

**Skripsi**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun oleh :**

**Feodora Vallen Putranto**

**NPM : 11 03 18852**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2015**

Skripsi

**PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA,  
DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI  
KALANGAN KONSUMEN MUDA**



Disusun oleh :

**FEODORA VALLEN PUTRANTO**

**NPM : 11 03 18852**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

**Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, belonging to Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, is positioned below the title "Pembimbing".

**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si.**

**13 Juli 2015**

Skripsi

**PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA,  
DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI  
KALANGAN KONSUMEN MUDA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Feodora Vallen Putranto**

**NPM : 11 03 18852**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 7 Agustus 2015  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Ekonomi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si.**

  
**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

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

**Yogyakarta, 7 Agustus 2015  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

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

iii

## PERNYATAAN

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

**PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA,  
DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI  
KALANGAN KONSUMEN MUDA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan satu ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan 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, 13 Juli 2015

Yang menyatakan



**Feodora Vallen Putranto**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI KALANGAN KONSUMEN MUDA” (Penelitian dilakukan kepada konsumen muda di wilayah Yogyakarta).

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Terutama dari orang tua penulis yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yesus Kristus atas semua berkat dan kasih-Nya yang telah diberikan kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph. D selaku Dekan I Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Bapak Drs.C.Jarot Priyogutomo,MBA. dan Ibu Nadia Nila Sari,SE.,MBA. selaku dosen penguji.
5. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmunya kepada saya mulai dari semester satu hingga kini penulis dapat menyelesaikan pendidikan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Mama dan papa tercinta, gelar SE ini juga didapat dari hasil pengorbanan mereka yang selalu mendukung saya untuk dapat menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan skripsi dengan cepat dan dengan baik. Melalui ini akan kupersembahkan yang terbaik untuk mama dan papa tercinta.
7. Stefan Ronni Setiawan sebagai kekasih saya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi orang yang memotivasi dan selalu mendukung dalam bekerja menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Fiel beserta keluarga, dan Nanda sebagai saudara kandung yang telah banyak membantu saya selama ini dan selalu memotivasi saya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Saudara-saudara saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memotivasi saya dalam kegiatan perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu sebagai sahabat yang selalu memotivasi saya untuk menjadi yang terbaik.

11. Teman-teman satu bimbingan bimbingan yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam merespon kuesioner yang telah dibagikan.
13. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan tenaga serta pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dalam hal ini juga penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8



## BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Produk .....	11
2.1.1 Atribut Produk .....	12
2.1.2 Hubungan Fitur Produk dengan Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda .....	15
2.2 Nama Merek .....	16
2.2.1 Hubungan Nama Merek dengan Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda .....	17
2.3 Harga .....	17
2.3.1 Persepsi Harga .....	18
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda .....	19
2.4 Pengaruh Sosial .....	20
2.4.1 Hubungan Pengaruh Sosial dengan Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda .....	20
2.5 Analisis Perbedaan Jenis Kelamin dan Pendapatan dan/ Uang Saku .....	21
2.6 Penelitian Terdahulu .....	23
2.7 Model Penelitian .....	25

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lingkup Penelitian .....	26
3.2 Metoda Sampling dan Teknik Pengumpulan Data .....	26

3.3 Definisi Operasional .....	28
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian .....	31
3.4.1 Uji Validitas .....	32
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.5 Metode Analisis Data .....	35
3.5.1 Uji <i>Independent Sample T-test</i> .....	36
3.5.2 Uji Regresi Linier Berganda .....	36

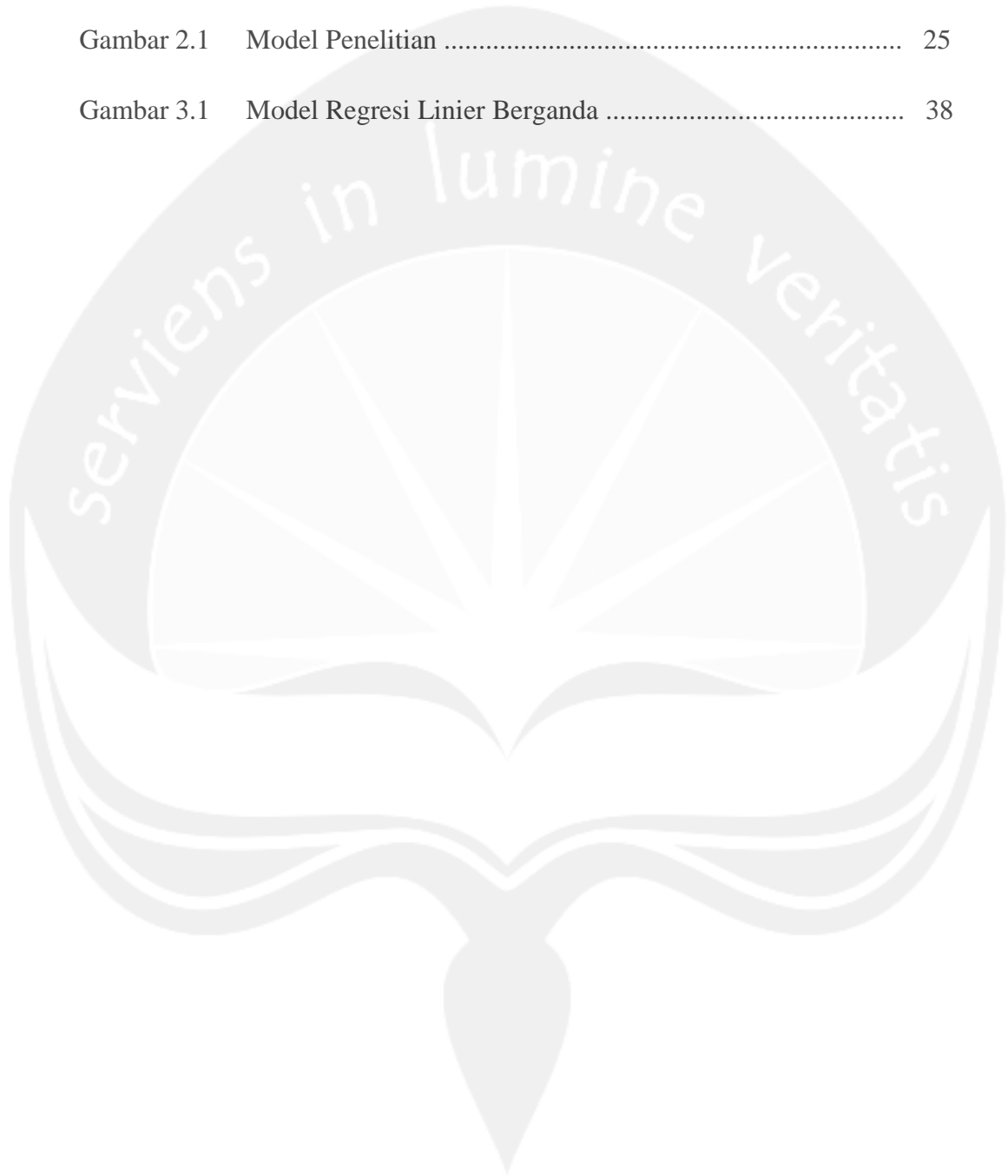
#### BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Analisis Karakteristik Demografi Responden .....	41
4.2 Analisis Deskriptif Penelitian .....	44
4.3 Analisis <i>Crosstabulation</i> .....	45
4.4 Hasil <i>Independent Sample T-test</i> .....	48
4.4.1 Analisis Perbedaan Fitur Produk, Nama Merek, Persepsi Harga, dan Pengaruh Sosial Pada Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda Ditinjau dari Karakteristik Jenis Kelamin .....	48
4.4.2 Analisis Perbedaan Fitur Produk, Nama Merek, Persepsi Harga, dan Pengaruh Sosial Pada Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda Ditinjau dari Karakteristik Pendapatan dan/Uang Saku .....	50
4.5 Hasil Analisis Linier Berganda .....	52
4.5.1 Uji Secara Simultan atau Uji F .....	54

4.5.2 Uji Secara Parsial atau Uji T .....	56
4.6 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	59
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Implikasi Manajerial .....	66
5.3 Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian .....	25
Gambar 3.1	Model Regresi Linier Berganda .....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Sepuluh Penjual <i>Smartphone</i> Terlaris yang Berbasis Pada Pangsa Pasar .....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	28
Tabel 3.2	Uji Validitas .....	33
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 4.1	Distribusi Karakteristik Demografi Responden .....	41
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif .....	44
Tabel 4.3	Hasil Tabulasi Silang dari Karakteristik Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.4	Hasil Tabulasi Silang dari Karakteristik Pendapatan dan/ Uang Saku .....	47
Tabel 4.5	Perbedaan Fitur Produk, Nama Merek, Persepsi Harga, dan Pengaruh Sosial Pada Permintaan <i>Smartphone</i> Ditinjau dari Karakteristik Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.6	Perbedaan Fitur Produk, Nama Merek, Persepsi Harga, dan Pengaruh Sosial Pada Permintaan <i>Smartphone</i> Ditinjau dari Karakteristik Pendapatan dan/ Uang Saku .....	51
Tabel 4.7	Pengaruh Hubungan Fitur Produk, Nama Merek, Persepsi Harga, dan Pengaruh Sosial Pada Permintaan <i>Smartphone</i> di Kalangan Konsumen Muda .....	53
Tabel 4.8	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1</b>	<b>PERTANYAAN KUESIONER</b>
<b>LAMPIRAN 2</b>	<b>UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS</b>
<b>LAMPIRAN 3</b>	<b>TABEL FREKUENSI</b>
<b>LAMPIRAN 4</b>	<b>STATISTIK DESKRIPTIF</b>
<b>LAMPIRAN 5</b>	<b>HASIL TABULASI SILANG</b>
<b>LAMPIRAN 6</b>	<b>HASIL INDEPENDENT SAMPLE T-TEST</b>
<b>LAMPIRAN 7</b>	<b>HASIL REGRESI LINIER BERGANDA</b>
<b>LAMPIRAN 8</b>	<b>CODING PROFILE RESPONDEN</b>
<b>LAMPIRAN 9</b>	<b>TABEL DISTRIBUSI R</b>

**PENGARUH FITUR PRODUK, NAMA MEREK, PERSEPSI HARGA,  
DAN PENGARUH SOSIAL PADA PERMINTAAN *SMARTPHONE* DI  
KALANGAN KONSUMEN MUDA**

Disusun oleh :

**FEODORA VALLEN PUTRANTO**

**NPM : 11 03 18852**

**Pembimbing:**

**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si.**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur produk, nama merek, persepsi harga, dan pengaruh sosial pada permintaan *smartphone* di kalangan konsumen muda. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen muda yang berada di Yogyakarta baik secara langsung maupun *online*. Data diperoleh dengan membagikan kusioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Independent T-test* dan regresi linier berganda. Namun sebelumnya agat terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi maka, setiap item pertanyaan dari kuesioner terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil menunjukkan bahwa secara keseluruhan (simultan) fitur produk, nama merek, persepsi harga, dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap permintaan *smartphone* di kalangan konsumen muda. Secara individu (parsial) fitur produk, nama merek, persepsi harga, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap permintaan *smartphone* di kalangan konsumen muda.

Kata kunci : fitur produk, nama merek, persepsi harga, pengaruh sosial,  
*smartphone*.