

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi

### BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

#### HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.2 Fitur Produk .....	11
2.1.2.1 Pengertian Fitur Produk .....	11
2.1.2.2 Dimensi Fitur Produk .....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Hipotesis.....	27

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian .....	28
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	28
3.2.1 Metode Penelitian.....	28

3.2.2	Desain Penelitian.....	29
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.5.1	Populasi.....	33
3.5.2	Sampel.....	33
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel .....	33
3.6	Uji Instrumen .....	35
3.6.1	Uji Validitas .....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.7	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	39
3.7.1	Rancangan Analisis Data .....	39
3.7.2	Uji Hipotesis .....	45

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

4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	50
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
4.1.3	Deskripsi Umum Variabel Penelitian.....	54
4.1.3.1	Gambaran Variabel Fitur Produk (X) .....	54
4.1.3.2	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Fitur Produk( X) .....	59
4.1.3.3	Gambaran Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.1.3.4	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Kinerja (Y).....	66
4.1.4	Hasil Pengujian Statistik .....	69
4.1.4.1	Koefisien Korelasi .....	69
4.1.4.2	Analisis Regresi Sederhana.....	70

4.1.4.3 Uji F Statistik .....	71
4.1.4.4 Uji t Statistik .....	72
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
4.2.1 Pembahasan Variabel Fitur Produk Pada Forum Komunitas <i>Blackberry</i> Indonesia (berryindo.com) .....	74
4.2.2 Pembahasan Variabel Keputusan Pembelian Pada Forum Komunitas <i>Blackberry</i> Indonesia (berryindo.com) .....	77
4.2.3 Pembahasan Pengaruh Variabel Fitur Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>blackberry</i> pada forum komunitas <i>blackberry</i> indonesia.....	80

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	82

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Pengguna Smartphone dan Penetrasinya di Indonesia 2011-2013 .	1
Tabel 1.2 Pertumbuhan Pengiriman dan Marketshare <i>smartphone</i> .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	30
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Fitur Produk (X) .....	36
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 3.5 Rekapitulasi Hasil Skoring Kuesioner .....	40
Tabel 3.6 Pengubahan Data Ordinal Ke Interval .....	42
Tabel 3.7 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kelengkapan Fitur <i>blackberry</i> .....	55
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kemudahan Pengoperasian Fitur <i>blackberry</i> .....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kenyamanan Menggunakan <i>blackberry</i> .....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kemudahan Pembayaran Aplikasi Berbayar <i>blackberry</i> .....	57
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kecepatan Sistem Operasi <i>blackberry</i> .....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Daya Tarik Keragaman Tipe <i>blackberry</i> .....	58

Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Fitur Produk (X).....	59
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Keputusan Pembelian <i>smartphone</i> merek <i>blackberry</i> .....	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Keputusan Pembelian <i>blackberry</i> Berdasarkan Kemudahan Pengajuan <i>Service</i> Garansi...	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Tingkat Keputusan Pembelian <i>blackberry</i> berdasarkan Tawaran Diskon .....	64
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Metode Pembayaran Untuk Pembelian <i>blackberry</i> Sangat Beragam.....	65
Tabel 4.16 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	66
Tabel 4.17 Ouput Korelasi .....	69
Tabel 4.18 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	70
Tabel 4.19 Output Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	70
Tabel 4.20 Output Anova .....	71
Tabel 4.21 Output Persamaan Regresi .....	72

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <i>blackberry</i> .....	3
Gambar 2.1 Lima Langkah Dalam Proses Pemasaran .....	10
Gambar 2.2 Sistem Marketing Moderen .....	10
Gambar 2.3 Gambar Prilaku Pembelian .....	16
Gambar 2.4 Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	21
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian.....	26
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Gambar 4.3 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52

Gambar 4.4 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	53
Gambar 4.5 Daerah Kontinum Variabel X .....	61
Gambar 4.6 Daerah kontinum Variabel Y .....	68