

ABSTRAK

Haqie Alaik Prawirakusuma (0704712), “Pengaruh Fitur Produk terhadap Kinerja Karyawan (Survey Pada Anggota Forum Komunitas *Blackberry* Indonesia)”, dibawah bimbingan Heny Hendrayati, S.IP.MM.

Permasalahan yang melatarbelakangi dalam penelitian ini adalah jumlah penjualan *smartphone* merek *blackberry* beberapa tahun belakangan ini yang ditandai dengan pengurangan jumlah pengiriman ke produk *blackberry* ke seluruh dunia. Permasalahan seperti ini jika tidak segera ditangani akan menjadi penghalang bagi tercapainya tujuan Perusahaan RIM selaku produsen *smartphone blackberry*. Permasalahan seperti ini dapat diatasi dengan penambahan kualitas Fitur Produk secara menyeluruh diikuti dengan penambahan spesifikasi perangkat keras *blackberry*. Dengan demikian yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Fitur Produk serta variabel terikat adalah Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dengan metode penelitian *survey explanatory*. Ukuran sampel berjumlah 100 responden. Data yang digunakan berupa data ordinal dan interval, dengan menggunakan koefisien korelasi *pearson product moment*, dan analisis regresi linier sederhana yang menggunakan koefisien determinasi (*r square*). Pengujian hipotesis menggunakan uji *F-test* untuk melihat pengaruh secara simultan dan uji *t-test* untuk melihat pengaruh secara parsial.

Hasil penelitian menunjukkan Fitur Produk berada pada kontinum cukup dan keputusan pembelian berada pada kontinum cukup .hubungan fitur produk terhadap keputusan pembelian 0.775, artinya terdapat hubungan yang kuat antara fitur produk dengan keputusan pembelian. Hasil perhitungan analisis regresi sederhana didapat persamaan $Y = 1.466 + 0.678X$ dan koefisien determinasi (*r square*) sebesar 60.1% artinya Keputusan Pembelian dipengaruhi fitur produk 60.1% sedangkan sisanya 39.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas fitur produk dapat mengarahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, karena fitur produk dapat mempengaruhi keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Fitur Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Haqie Alaik Prawirakusuma (0704712), “The Influence of Product Feature towards Purchasing Decision (Survey on Blackberry Indonesia forum member)”, Under the Guidance of Heny Hendrayati, S.IP.MM.

The problem underlying this study is the number of blackberry brand of smartphone sales in recent years are reduction in the number of submission to the blackberry products throughout the world. Problems like this if not treated immediately will become a burden to the achievement of company objectives. RIM as blackberry smartphone manufacturers. Such problem can be overcome with the addition of quality product feature thoroughly followed by the addition of hardware specifications of blackberry. Therefore the independent variabel is the product feature as well as the dependent variabel is a buying decision.

This type of research is descriptive and verification research, with explanatory survey search methods. The sample size of survey is 100 respondents. The data used in the form of ordinal data and interval, by using the Pearson product moment correlation coefficient and simple linear regression analysis using the coefficient of determination (r^2). Hypothesis testing using the F-test to see the effect of simultaneous and t-test to see the effect of partially.

The result showed product feature enough and are on the continuum purchase decision are on the continuum enough. Relation to the purchasing decision of product feature 0.775, meaning that there is a strong relationship between the feature of the product with the purchase decision. Calculation result obtain simple regression analysis equation $Y = 1.466 + 0.678X$ and coefficient of determination (r^2) is 60.1% means that the product purchase decision is influenced by feature 60.1%. and the 39.9% remaining influenced by other factors which not examined by the authors.

It shows that by increasing the quality of the product features may lead consumers to make a purchasing decision, because the product feature can influence the purchase decision.

Keywords: Product Feature, Purchasing Decision