

DAFTAR ISI

PERNYATAAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	9
2.1.1.1 Pendekatan Kardinal	10
2.1.1.1.1 Pendekatan Kardinal Satu Jenis Barang.....	11
2.1.1.1.2 Pendekatan Kardinal Dua Jenis Barang	12
2.1.1.2 Pendekatan Ordinal	15
2.1.1.2.1 Garis Anggaran	17
2.1.1.2.2 Dampak Perubahan Pendapatan Harga	19
2.1.1.3 Teori Preferensi Terungkap.....	21
2.1.2 Atribut Produk.....	27
2.1.2.1 Pengertian Atribut Produk	27

2.1.2.2 Unsur-Unsur Atribut Produk.....	28
2.1.3.3 Dimensi Atribut Produk	29
2.1.4.3 Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen	31
2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	31
2.1.4 Kerangka Pemikiran.....	33
2.1.5 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37
3.4 Operasional Variabel	39
3.5 Sumber dan Jenis Data.....	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	41
3.7 Instrumen Penelitian	41
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	42
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9 Teknik Analisis Data	45
3.10 Uji Asumsi Klasik	48
3.10.1 Multikolonieritas	48
3.10.2 Uji Heteroskedastisitas	49
3.10.3 Uji Autokorelasi	49
3.11 Pengujian Hipotesis	51
3.11.1 Uji Parsial (Uji t)	51
3.11.2 Uji F.....	52
3.11.3 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Profil Universitas Pendidikan Indonesia.....	55
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan Universitas Pendidikan Indonesia	55
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	56
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	56
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan/Semester	57
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	57
4.1.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran yang Dimiliki	58
4.2	Gambaran Umum Handphone Yang di Pilih Mahasiswa UPI	60
4.2.1	Merek Handphone Yang di Pilih Mahasiswa UPI.....	61
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	63
4.3.1	Atribut Produk	63
4.3.2	Preferensi Konsumen Terhadap Handphone	78
4.4	Hasil Penelitian Analisis Regresi Sederhana.....	87
4.5	Hasil Penelitian Analisis Regresi Berganda	88
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
4.6.1	Hasil Uji Multikolonieritas	90
4.6.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
4.6.3	Hasil Uji Autokorelasi.....	93
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis.....	94
4.7.1	Hasil Analisis Regresi Parsial	94
4.7.2	Hasil Analisis Regresi Parsial Sub Variabel Atribut Produk	95
4.7.3	Hasil Analisis Regresi Secara Simultan	96
4.7.4	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	97
4.7.5	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Sub Variabel Atribut Produk	98
4.8	Pembahasan	98
4.8.1	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen	98
4.8.2	Pengaruh Sub Variabel Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen	

Konsumen.....	101
4.9 Implikasi Pendidikan	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Implikasi	109
5.2 Rekomendasi.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Perusahaan Handphone di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Lima Vendor Smartphone Teratas, Pengiriman, Saham dan Pertumbuhan dari tahun ke tahun, Kalender Tahun 2015 (Unit Dalam Jutaan).....	3
Tabel 1.3 Nama Perusahaan Handphone di kalangan Mahasiswa UPI	5
Tabel 2.1 Jumlah Nilai Guna Marginal Dalam Mengonsumsi Buah Semangka	12
Tabel 2.2 Guna Batas Konsumen Terhadap Dua Macam Barang	13
Tabel 2.3 Guna Batas Konsumen Terhadap Dua Jenis Barang X dan Y	14
Tabel 2.4 Keranjang Pasar dan Garis Anggaran	18
Tabel 2.5 Atribut Makanan Pada Enam Restoran.....	25
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Sampel Penggunaan Handphone Universitas Pendidikan Indonesia.....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.3 Uji Validitas untuk Soal Preferensi dan Atribut Produk.....	44
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel.....	46
Tabel 3.5 Uji Statistik Durbin-Wiston d	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan/Semester.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	58
Tabel 4.4 Anggaran Responden Dalam Membeli Handphone.....	58
Tabel 4.5 Total Jumlah Anggaran Responden Yang Diterima Dalam Satu Bulan.....	59
Tabel 4.6 Sumber Anggaran Yang Diperoleh Mahasiswa Untuk Pembelian Handphone.....	59
Tabel 4.7 Data Merek Handphone Yang Dipilih Mahasiswa UPI per Fakultas	62
Tabel 4.8 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk	65
Tabel 4.9 Gambaran Umum Atribut Produk.....	66

Tabel 4.10 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Performansi ...	67
Tabel 4.11 Skor Kritarium Dalam Dari Atribut Produk Dalam Hal Performansi	67
Tabel 4.12 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk Dalam Hal Performansi	68
Tabel 4.13 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Keandalan.....	69
Tabel 4.14 Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Keandalan.....	70
Tabel 4.15 Frekuensi SkoR Responden Mengenai Atribit Produk Dalam Hal Keandalan.....	70
Tabel 4.16 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Durbalitas.....	71
Tabel 4.17 Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Durbalitas	72
Tabel 4.18 Frekuensi Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Durbalitas	72
Tabel 4.19 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Estetika.....	73
Tabel 4.20 Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Estetika.....	74
Tabel 4.21 Frekuensi Skor Responden Mengenai Atribut Produk Dalam Hal Estetika	74
Tabel 4.22 Respon Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Hal Presepsi Kualitas	75
Tabel 4.23 Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Presepsi Kualitas.....	76
Tabel 4.24 Frekuensi Skor Kriterium Dari Atribut Produk Dalam Hal Presepsi Kualitas.....	76
Tabel 4.25 Rata-Rata Skor Dan Urutan	77
Tabel 4.26 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Konsumen	78
Tabel 4.27 Gambaran Umum Preferensi Konsumen	78
Tabel 4.28 Respon Konsumen Terhadap Preferensi Untuk Indikator Prioritas Kebutuhan	81
Tabel 4.29 Skor Kriterium Dari Preferensi Untuk Indikator Kebutuhan.....	81
Tabel 4.30 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Konsumen Untuk Indikator Prioritas Kebutuhan	82

Tabel 4.31 Respon Konsumen Terhadap Preferensi Untuk Indikator Pengalaman Yang Diperoleh	83
Tabel 4.32 Skor Kriteriaum Dari Preferensi Untuk Indikator Pengalaman Yang Diperoleh.....	83
Tabel 4.33 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Konsumen Untuk Indikator Pengalaman Yang Diperoleh	84
Tabel 4.34 Respon Konsumen Terhadap Preferensi Untuk Indikator Kepercayaan Terhadap Merek	85
Tabel 4.35 Skor Kriteriaum Dari Preferensi Untuk Indikator Kepercayaan Terhadap Merek	85
Tabel 4.36 Frekuensi Skor Responden Mengenai Preferensi Konsumen Untuk Indikator Kepercayaan Terhadap Merek.....	86
Tabel 4.37 Koefisien Regresi.....	87
Tabel 4.38 Koefisien Regresi Sub Variabel Atribut Produk.....	89
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolonieritas	91
Tabel 4.40 Hasil Uji Park.....	92
Tabel 4.41 Hasil Heteroskedastisitas	92
Tabel 4.42 Hasil Uji Breusch-Godfrey	93
Tabel 4.43 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	94
Tabel 4.44 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Sub Variabel Atribut Produk.....	95
Tabel 4.45 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	97
Tabel 4.46 Koefisien Determinasi.....	97
Tabel 4.47 Koefisien Determinasi Sub Variabel Atribut Produk	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Indiferensi.....	16
Gambar 2.2 Peta Kurva Indiferensi.....	17
Gambar 2.3 Garis Anggaran	19
Gambar 2.4 Efek Perubahan Pendapatan Pada Garis Anggaran.....	19
Gambar 2.5 Efek Perubahan Harga Pada Garis Anggaran	20
Gambar 2.6 Keseimbangan Konsumen.....	26
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Statistik Durbin-Wiston d.....	50
Gambar 4.1 Hasil Autokorelasi Metode Durbin-Wiston	93