

ABSTRAK

“Pengaruh Anggaran Dan Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pada Laptop Merek Acer (Studi pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis)”

Dibawah bimbingan Prof. Dr. H Eeng Ahman, MS dan Yana Rohmana, S.Pd.
M.Si

Oleh
Kurnia Kaniawati
0806583

Munculnya salah satu perangkat teknologi informasi berupa laptop atau sejenisnya dikalangan pelajar atau mahasiswa sekarang ini bukan barang mewah lagi, melainkan telah menjadi salah satu barang kebutuhan sebagai alat belajar sejalan dengan tingkat mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menjadi pendorongpesatnya pemesanan laptop. Besarnya peningkatan pasar terhadap laptop diikuti oleh perkembangan jumlah produsen penghasil laptop seperti Apple, Toshiba, Acer, Hewlett Packard (HP), Sony, Axioo, Asus, Dell, dan masih banyak lagi produsen penghasil laptop lainnya. Dilihat dari banyaknya pilihan merek laptop tersebut mahasiswa dapat menentukan preferensi (pilihan yang disenangi) dari produk barang tersebut.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh anggaran dan atribut produk terhadap preferensi konsumen pada merek laptop Acer. Objek penelitiannya pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif analitik. Metode deskriptif analitik merupakan penyelidikan deskriptif yang berusaha mencari pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau muncul pada saat penelitian berlangsung. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini yaitu pada mahasiswa FPEB UPI yang berjumlah 2126 mahasiswa, sedangkan sampel yang diambil yaitu sebanyak 95 mahasiswa. Pengolahn data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 16.

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh anggaran (X1) dan atribut produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen pada laptop merek merek Acer (Y) pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Pendidikan Indonesia. Diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,430. Dengan kata lain, hal ini berarti besarnya sumbangan anggaran dan atribut produk terhadap preferensi konsumen adalah sebesar 43,0% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti sebesar 57,0%.

Kata kunci : Anggaran, atribut produk dan preferensi konsumen

Kurnia Kaniawati, 2013

Pengaruh Anggaran Dan Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pada Laptop Merek Acer (Studi pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

"Effect of Budget and Product Attributes On Consumer Preferences Toward Brand Acer Laptop (Studies in Education University of Indonesia student of Economics and Business Faculty of Education)"

Under the guidance of Prof. Dr.. Eeng Ahman H, MS and Yana Rohmana, S.Pd.

M.Si

by

Kurnia Kaniawati

0806583

The emergence of a technology device such as a laptop or similar information among students or students today is not a luxury anymore , it has become one of the necessities as a learning tool in line with the level of the higher mobility of the community to drive the rapid ordering laptops . The magnitude of increase in the market for a laptop followed by the development of the number of manufacturers producing laptops like Apple , Toshiba , Acer , Hewlett Packard (HP) , Sony , Toshiba , Asus , Dell , and many other laptop manufacturer produen. Judging from the many options these laptop brands to determine student preferences (which favored option) of the goods .

The purpose of this study is to determine how to influence the budget and product attributes to consumer preference on brand Acer laptop . Object of research in the Faculty of Economics and Business Education Indonesian Education University of London . The method used in this research is descriptive analytic method . Descriptive analytic method is descriptive investigation that seeks solutions that exist in the present or occur during the study. Tektik data collection using questionnaires and data analysis techniques using multiple linear regression . Population in this research that the student FPEB UPI totaling 2126 students , while samples taken as many as 95 students . Pengolahn data using multiple linear regression with SPSS version 16 .

Based on the results penelitian , budgetary effects (X1) and product attributes (X2) and a significant positive effect on consumer preference on brand Acer brand laptop (Y) at the Faculty of Economics and Business Education Indonesian Education . Obtained the coefficient of determination (R²) of 0.430 . In other words , this means that the contribution budgets and product attributes to consumer preference is at 43.0 % while the rest is influenced by other factors beyond the variables studied was 57.0 %

Keywords: Budget, product attributes and consumer preference