

ABSTRAK

Aldrin Wilardi (0800470), **“Pengaruh *Product Appearance* terhadap Keputusan Pembelian iPad (Survei terhadap anggota komunitas ID-iPad dalam forum yahoo groups)”** Di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar.SE.AK,MBA dan Heny Hendrayati, S.IP.MM.

Kehidupan masyarakat yang semakin dinamis dengan tingkat kesibukan kerja yang tinggi, mengakibatkan terjadinya pergeseran gaya hidup yang semakin praktis dan cepat. Saat ini kebutuhan akan informasi menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, baik itu dalam hal pekerjaan, hiburan, pendidikan, dan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat memerlukan sebuah perangkat yang mampu mengikuti dinamika kehidupan sosial yang semakin dinamis. Perangkat tablet PC menjadi satu pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. iPad sebagai pelopor dalam industri tablet PC mulai mengalami penurunan pangsa pasar sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat. Munculnya banyak merek baru, mengakibatkan daya saing iPad semakin melemah. Di Indonesia, iPad kalah bersaing dengan Samsung Galaxy Tab. Sedangkan untuk pasar dunia, iPad masih memimpin walaupun mengalami tren yang mengharuskan iPad kehilangan pangsa pasar sedikit demi sedikit. Konsumen memiliki kecenderungan menilai suatu produk berdasarkan *product appearance*. Gambaran yang ditimbulkan dari penampilan visual sebuah produk akan membentuk persepsi konsumen terhadap atribut produk tersebut dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *product appearance*, keputusan pembelian, dan pengaruh *product appearance* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *recruited sampling* dengan populasi anggota komunitas ID-iPad dalam forum yahoo groups sebesar 1996 pengguna. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan rumus slovin, maka didapat jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *product moment*, dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil pengolahan data kuesioner menunjukkan bahwa *product appearance* dan keputusan pembelian berada pada kategori tinggi. Hasil perhitungan regresi sederhana didapat $Y = 16,311 + 0,248X$ dengan nilai R-Square sebesar 33,3% yang berarti bahwa *product appearance* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 33,3% sedangkan sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap iPad secara lebih luas dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Product Appearance*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Aldrin Wilardi (0800470), ***"The Influence of Product Appearance towards iPad Buying Decision (A survey of community members in the forum ID-iPad yahoo groups)"*** Under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar.SE.AK, MBA and Heny Hendrayati, S.IP.MM.

People's lives are more dynamic with a lot of work activities, thus drive a shift in lifestyle that requires people to do things faster and more efficient than before. In this time, the need for information is very important in daily life, be it in terms of employment, entertainment, education, and others. To meet these needs, people need a device that is able to follow the dynamics of social life which is grow faster than before. Tablet PC is the right choice to meet those needs. iPad as a pioneer of tablet PC industry, began to loose market share as a result of increased competition. The emergence of many new brands, affects iPad competitiveness. In Indonesia, the iPad can not compete Samsung Galaxy Tab. Meanwhile in the world trade, the iPad still leads despite having trend that requires iPad to lose market share gradually. Consumers have a tendency to judge a product based on product appearance. The visual appearance of a product will generate consumer perceptions of the product attributes and influence consumer buying decisions.

The purpose of this study is to describe the product appearance, buying decisions, and product appearance influence on buying decisions. This type of research is a descriptive and verificative study. The sampling technique used was recruited sampling with 1996 users as a population of ID-iPad community members in yahoo groups forum. After calculation using the formula Slovin, the total sample are 100 respondents. The analysis technique used in this study using the product moment correlation coefficient and simple linear regression analysis.

The results of the questionnaire data processing showed that the product appearance and purchase decisions at the high category. Simple regression calculation results obtained $Y = 16.311 + 0.248 X$ with R-Square value of 33.3%, which means that the product appearance has an influence on buying decisions by 33.3%, while the remaining 66.7% influenced by other factors not examined in this study. Suggestions for further studies are expected researchers to study iPad by more aspects by considering other factors that influence buying decisions.

Keywords: Product Appearance, Buying Decision