

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	9
2.1. Kajian Pustaka .....	9
2.1.1. Konsep Preferensi Konsumen.....	9
2.1.2. Rasionalitas .....	16
2.1.3. Anggaran.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran .....	25
2.4. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Objek Penelitian .....	29
3.2. Metode Penelitian.....	29
3.3. Populasi dan Sampel .....	30
3.3.1. Populasi.....	30
3.3.2. Sampel .....	30

3.4. Operasional Variabel.....	32
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6. Instrumen Penelitian.....	35
3.6.1. Tes Validitas .....	35
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	37
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	38
3.7.1. Teknik Analisis Data .....	38
3.7.2. Pengujian Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2. Hasil Analisis Instrumen Penelitian .....	41
4.2.1. Uji Validitas .....	41
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	43
4.3. Gambaran Umum Responden .....	44
4.3.1. Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin .....	44
4.3.2. Gambaran Umum Responden Menurut Usia.....	44
4.3.3. Gambaran Umum Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	45
4.3.4. Gambaran Umum Responden Menurut Pekerjaan .....	46
4.4. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	46
4.4.1. Deskripsi Preferensi Konsumen.....	47
4.4.2. Deskripsi Rasionalitas.....	67
4.4.3. Deskripsi Anggaran .....	99
4.5. Pengujian Hipotesis .....	104
4.5.1. Hasil Analisis Korelasi <i>Rank Spearman</i> .....	105
4.6. Pembahasan .....	107
4.6.1. Gambaran Hubungan Rasionalitas dengan Preferensi Konsumen <i>Smartphone</i> Merek <i>Blackberry</i> .....	107

4.6.2. Gambaran Hubungan Anggaran dengan Preferensi Konsumen <i>Smartphone</i> Merek <i>Blackberry</i> .....	108
4.6.3. Implikasi Pendidikan .....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1. Kesimpulan.....	111
5.2. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	114
Lampiran .....	118



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2008-2012.....	2
Tabel 1.2 Penguasaan Pasar <i>Smartphone</i> Dunia <i>Top Five Smartphone Vendors</i> Tahun 2012-2013.....	3
Tabel 1.3 <i>Top Brand Award Smartphone</i> Indonesia Tahun 2011-2013.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Lokasi Mal yang Diteliti.....	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen dan Rasionalitas.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Preferensi Konsumen dan Rasionalitas.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.7 Klasifikasi Bobot Standar.....	48
Tabel 4.8 Pernyataan Preferensi Konsumen pada <i>Smartphone</i> Merek <i>Blackberry</i> (n=99).....	48
Tabel 4.9 Variabel Preferensi Konsumen.....	53
Tabel 4.10 Klasifikasi Variabel Preferensi Konsumen, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.11 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 1).....	55
Tabel 4.12 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 2).....	56
Tabel 4.13 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 3).....	57

Tabel 4.14 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 4).....	58
Tabel 4.15 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 5).....	60
Tabel 4.16 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 6).....	61
Tabel 4.17 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 7).....	62
Tabel 4.18 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 8).....	63
Tabel 4.19 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 9).....	64
Tabel 4.20 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 10).....	65
Tabel 4.21 Preferensi Konsumen dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 11).....	66
Tabel 4.22 Klasifikasi Bobot Standar .....	69
Tabel 4.23 Pernyataan Rasionalitas pada <i>Smartphone</i> Merek <i>Blackberry</i> (n=99)...	69
Tabel 4.24 Variabel Rasionalitas.....	77
Tabel 4.25 Klasifikasi Variabel Rasionalitas, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan.....	78
Tabel 4.26 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 1).....	79
Tabel 4.27 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 2).....	80
Tabel 4.28 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 3).....	82

Tabel 4.29 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 4).....	83
Tabel 4.30 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 5).....	84
Tabel 4.31 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 6).....	86
Tabel 4.32 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 7).....	87
Tabel 4.33 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 8).....	88
Tabel 4.34 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 9).....	89
Tabel 4.35 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 10).....	90
Tabel 4.36 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 11).....	91
Tabel 4.37 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 12).....	92
Tabel 4.38 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 13).....	94
Tabel 4.39 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 14).....	95
Tabel 4.40 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 15).....	96
Tabel 4.41 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan (Pernyataan 16).....	97

Tabel 4.42 Rasionalitas dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan  
(Pernyataan 17).....98



Tabel 4.43 Penghasilan yang Diterima Konsumen/ Bulan.....	100
Tabel 4.44 Jumlah Anggaran yang Dikeluarkan Konsumen untuk Pembelian <i>Smartphone</i> Merek <i>Blackberry</i> .....	101
Tabel 4.45 Klasifikasi Variabel Anggaran, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan.....	102
Tabel 4.46 Anggaran dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan..	103
Tabel 4.47 Korelasi Variabel Rasionalitas dan Anggaran dengan Preferensi Konsumen.....	105
Tabel 4.48 Hasil Uji Z.....	106





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Preferensi Nyata Seorang Konsumen.....	15
Gamabr 2.2 Efek Perubahan Pendapatan Pada Garis Anggaran.....	20
Gambar 2.3 Kerrangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Preferensi Konsumen pada Konsumen di Counter Handphone Mal Bandung Electronic Center.....	54
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Rasionalitas pada Konsumen di Counter Handphone Mal Bandung Electronic Center.....	78

