

# **PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA PONSEL GSM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei Terhadap Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Centre)**

**TESIS**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**



Oleh:  
Cecep Andritela Firdaus  
054243

**SEKOLAH PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2007**



## LEMBAR PENGESAHAN

Pembimbing I



Dr. H. Agus Rahayu, M.Si.  
NIP. 131 664 382

Pembimbing II



Dr. Vanessa Gaffar, SE.Akt., MBA.  
NIP. 132 300 406

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen Bisnis



Dr. H. Agus Rahayu, M.Si.  
NIP. 131 664 382



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa tesis dengan judul Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center) beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat ilmiah. Dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan ada klaim dari pihak lain terhadap karya saya ini.

Bandung, 26 Februari 2007

Yang membuat pernyataan



Cecep Andritela Firdaus

NIM 054243



## LEMBAR PERSEMBAHAN

*“Tulis baca adalah kunci ilmu pengetahuan”  
(Al Qur’anul Kariim)*

*“.....Allah mengangkat orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan, beberapa derajat.....”  
(Al Mujaadalah, 58; 11)*

*.....Katakanlah: “Samakah orang-orang yang berpengetahuan dengan orang-orang yang tidak berpengetahuan? Sebenarnya orang-orang yang mendapat pelajaran hanyalah orang-orang yang mempunyai pikiran”.*  
*(Az-Zumar, 39; 9)*

*Tesis ini penulis persembahkan pada:  
Bapak, Ibu, adik-adik, keponakan serta yang terkasih tercinta  
Semoga Semangat yang terkandung di dalamnya, dapat menjadi  
contoh yang baik bagi kita semua....*





## ABSTRACT

Cecep Andritela Firdaus, S.Si. (054243). **The Influence of Product Differentiation and Price of GSM Cellular Phone Toward Buying Decision.** Under the guidance of Dr. Agus Rahayu, M.Si. and Dr. Vanessa Gaffar, SE.Akt., MBA.

The declining growth of GSM cellular phone user indicates that there has been a decline in the buying decision. It is assumed that product differentiation and price of GSM cellular phone are not working properly. The objective of the research is to know the influence of product differentiation and price of GSM cellular phone toward buying decision.

This is a descriptive and a verificative research. Therefore using explanatory survey. The sample of this research is 100, using systematic sampling technique taken from the population which is 96.000 those who bought GSM cellular phone in new condition.

Data analysis technique used is path analysis with AMOS 5.0.

The research shows that coefficient path between product differentiation toward GSM cellular phone buying decision is 30,4% indicates the the influence is low. It shows that the advantage of product differentiation of GSM cellular phone is still low. Meanwile, GSM cellular phone price estimated 8,18% in influencing GSM cellular phone buying decision. This indicates that GSM cellular phone price has a very low influence to consumer buying decision. It shows that GSM cellular phone price is not a decisive factor to GSM cellular phone buying decision. Overall, 49,7% GSM cellular phone buying decision is influenced by product differentiation and GSM cellular phone price of GSM cellular phone. In this case, the influence of product differentiation and price of GSM cellular phone toward buying decision is on the average level which is about 50,3% is influenced by another variables which cannot be explained on this research. From the effectivity of the model, this model is more compatible to male group sample who have salary more than Rp. 1.000.000,01 per month. Thus, the producent of GSM cellular mobile phone should be more focus to this segment.



## ABSTRAK

Cecep Andritela Firdaus, S.Si. (054243). **Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian**, dengan bimbingan Dr. Agus Rahayu, M.Si. dan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Akt., MBA.

Penurunan pertumbuhan pengguna ponsel GSM mengindikasikan bahwa ada penurunan dalam keputusan pembelian. Hal ini diasumsikan bahwa diferensiasi produk dan harga ponsel GSM belum bekerja secara optimal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan harga ponsel GSM terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Oleh karena itu menggunakan survey eksplanatori. Sampel penelitian ini mengambil 100 sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sampel sistematis dari populasi 96.000 pengguna ponsel GSM yang membeli ponsel GSM dalam kondisi baru. Analisis data menggunakan analisis jalur melalui program AMOS 5.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian ponsel GSM sebesar 30,4% mengindikasikan pengaruhnya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan diferensiasi produk ponsel GSM masih rendah. Sementara itu, pengaruh harga ponsel GSM terhadap keputusan pembelian sebesar 8,18%. Hal ini mengindikasikan bahwa harga ponsel GSM mempunyai pengaruh yang sangat rendah terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa harga bukan lagi sebagai faktor penentu dalam keputusan pembelian ponsel GSM. Secara keseluruhan pengaruh diferensiasi produk dan harga ponsel GSM terhadap keputusan pembelian sebesar 49,7% dalam kategori sedang yang mana 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ter jelaskan dalam model. Dari segi efektifitas model lebih efektif pada kelompok sampel laki-laki dengan pendapatan di atas Rp 1.000.000,01 per bulan. Dengan demikian produsen ponsel GSM pada umumnya dapat lebih fokus pada segmen pasar tersebut.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti sampaikan kehadirat Illahi Rabbi, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penelitian ini dapat terselesaikan.

Penelitian ini berjudul Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian. Seperti yang telah diketahui bahwa sarana komunikasi bergerak seluler (ponsel) telah berkembang sedemikian rupa dengan cepat. Mobilitas dan trend mungkin yang menjadi faktor utama dari suksesnya teknologi ini.

Pada Bab I diuraikan latar belakang masalah dan tujuan yang mendasari penelitian ini. Penelitian ini dilatar belakangi oleh penurunan pertumbuhan jumlah pengguna ponsel GSM yang mengindikasikan penurunan keputusan pembelian ponsel GSM.

Pada Bab II diuraikan kajian pustaka dan kerangka penelitian yang mendasari penelitian ini. Diferensiasi produk dapat menyebabkan harga menjadi mahal. Tetapi di lain pihak, diferensiasi dapat menyebabkan sensitifitas pelanggan terhadap harga menjadi berkurang karena pada dasarnya diferensiasi merupakan nilai yang diberikan ke dalam suatu produk, dan pelanggan mau membayar mahal atas nilai yang diberikan oleh produk tersebut apabila nilai yang diberikan melebihi harga. Sementara itu harga merupakan identitas dari suatu produk mengenai kualitas produk tersebut. Di samping itu, harga mencerminkan ukuran pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen terhadap suatu produk.

Bab III berisi uraian objek dan metode penelitian yang menggambarkan bagaimana penelitian ini dilakukan serta analisis data yang digunakan. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *systematic sampling*, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sekaran (2006: 129), untuk survei pasar, survei sikap konsumen, dan semacamnya, desain pengambilan sampel sistematis sering dipakai. Dalam Bab ini diuraikan pula sifat dari analisis data yang digunakan.

Bab IV berisi uraian yang menunjukkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh diferensiasi produk dan harga ponsel GSM terhadap keputusan pembelian, serta dilengkapi dengan variabel kontrol berupa jenis kelamin laki-laki dan perempuan serta variabel kontrol pendapatan. Sedang Bab V menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan hal-hal yang direkomendasikan oleh peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi pembaca. Tiada gading yang tak retak, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi menambah wawasan dan perbaikan untuk tugas selanjutnya.

Bandung, 26 Februari 2007

  
Peneliti



## UCAPAN TERIMA KASIH

Tesis ini terwujud berkat rahmat dan hidayah Allah SWT serta partisipasi dari berbagai pihak yang terlibat dalam pembuatan tesis ini, maka pada kesempatan ini peneliti menghaturkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu di Sekolah Pascasarjana (SPs) UPI.
2. Prof. Dr. H. Asmawi Zainul, M.Ed. selaku Direktur Sekolah Pascasarjana (SPs) UPI beserta staf dan personal lainnya yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama peneliti mengikuti studi sampai akhir studi.
3. Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Bisnis beserta staf yang telah memberikan kesempatan, kemudahan, dan dorongan kepada peneliti selama peneliti mengikuti studi sampai akhir studi.
4. Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. selaku Pembimbing I yang telah menyediakan waktu memberikan arahan-arahan dan petunjuk, serta memberikan dorongan dan motivasi yang sangat berharga bagi peneliti.
5. Dr. Vanessa Gaffar, SE.Akt., MBA. Selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu memberikan arahan-arahan dan petunjuk, serta memberikan dorongan dan motivasi yang sangat berharga bagi peneliti.



6. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen terutama Dosen Magister Manajemen Bisnis SPs UPI yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, tanpa dukungan dan ilmu yang telah Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu berikan, tentunya akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian dan studi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) di SPs UPI.
7. General Manager Bandung Electronic Center (BEC) beserta staf, pemilik dan karyawan-karyawan kios/gerai ponsel di Bandung Electronic Center serta responden penelitian yang telah memberikan kesempatan dan informasi-informasi yang berharga bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Agus Mustofa, Sylvia Tektonasari, Risa Linawati, Rini Andari selaku rekan mahasiswa reguler Program Studi Magister Manajemen Bisnis SPs UPI, atas bantuan, dukungan, dorongan, serta kebersamaan yang telah kita jalin bersama.
9. Duli Achmad, Etti Rokhaeti, S.Pd. selaku orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga kepada peneliti hingga akhirnya peneliti dapat mewujudkan cita-cita, Adik-adik, serta keponakanku yang sangat peneliti cintai dan sayangi.
10. Ari Sulamndari yang telah memberikan dorongan, dukungan, motivasi, serta kasih sayangnya kepada peneliti.
11. Rekan-rekan Kembar *Gym* dan rekan-rekan Geografi UGM yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta keceriaan kepada peneliti.

Semoga semua kebaikan Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu dibalas Allah SWT berlipat ganda, mendapat keberkahan dunia dan akhirat.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR RUMUS.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I      PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
BAB II      1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Produk.....	14
2.1.1.1 Inovasi Produk.....	18
2.1.1.2 Diferensiasi Produk.....	20
2.1.2 Harga.....	33
2.1.2.1 Peran Harga.....	35
2.1.2.2 Pandangan Konsumen Mengenai Harga.....	37
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	39
2.1.3.1 Model Pengambilan Keputusan.....	40
2.1.3.2 Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.2 Kerangka Pemikiran.....	47
2.3 Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III     OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	56
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	61
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	61

	3.2.4.1 Populasi.....	61
	3.2.4.2 Sampel.....	64
	3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	68
	3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	69
	3.2.6 Teknik Analisis Data.....	71
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>85</b>
	4.1 Hasil Penelitian.....	85
	4.1.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian.....	85
	4.1.2 Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center.....	87
	4.1.3 Karakteristik Pengguna Ponsel GSM Menurut Kategori Pengalaman Responden.....	97
	4.1.4 Gambaran Variabel Penelitian.....	118
	4.1.4.1 Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM.....	118
	4.1.4.2 Gambaran Harga Ponsel GSM.....	138
	4.1.4.3 Gambaran Keputusan Pembelian.....	143
	4.1.5 Pengaruh Diferensiasi dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian.....	147
	4.1.5.1 Model Seluruh Sampel.....	149
	4.1.5.2 Model Kelompok Sampel.....	156
	4.2 Pembahasan .....	173
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>185</b>
	5.1 Kesimpulan.....	185
	5.2 Rekomendasi.....	185
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>187</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>238</b>



## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Penetrasi Pasar Seluler di Indonesia (Juta).....	5
1.2	Pertumbuhan Pelanggan GSM 2003-2008.....	5
2.1	Beberapa Hasil Penelitian Mengenai Harga.....	39
2.2	Beberapa Penelitian Tentang Pilihan Konsumen Terhadap suatu Produk.....	40
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	61
3.3	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif dan Negatif.....	71
3.4	Tujuan Penelitian dan Teknik Analisis Data.....	76
3.5	Rancangan Pengujian Hipotesis Penelitian.....	85
4.1	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
4.2	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Umur.....	89
4.3	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	91
4.4	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	92
4.5	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan dan Jenis Pekerjaan.....	95
4.6	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan dan Status Perkawinan.....	97
4.7	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Ponsel Yang Dimiliki Saat Ini.....	99
4.8	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Ponsel Yang Dimiliki Sebelumnya.....	102

**Lanjutan Daftar Tabel**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.9	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jumlah Ponsel Yang Dimiliki Sebelumnya.....	104
4.10	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Yang Digunakan Saat ini	107
4.11	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	109
4.12	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	111
4.13	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	113
4.14	Ponsel GSM Yang Dimiliki Saat Ini dan Alasan Pemilihan Ponsel.....	114
4.15	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Wujud.....	119
4.16	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Fitur.....	121
4.17	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Kualitas Kinerja...	122
4.18	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Kualitas Kesesuaian.....	124
4.19	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Daya Tahan ( <i>Durability</i> ).....	126
4.20	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Keandalan.....	128
4.21	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Sifat Mudah Diperbaiki.....	129
4.22	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Gaya ( <i>Style</i> ).....	131
4.23	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Rancangan ( <i>Design</i> ).....	132
4.24	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Diferensiasi Produk Ponsel GSM (X1).....	134
4.25	Gambaran Harga Ponsel GSM.....	138

**Lanjutan Daftar Tabel**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.26	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Harga Ponsel GSM (X2).....	141
4.27	Gambaran Keputusan Pembelian Ponsel GSM.....	143
4.28	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	145
4.29	Evaluasi Asumsi Statistik Data Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Seluruh Sampel.....	149
4.30	<i>Goodness of Fit Test</i> Utama Model Analisis Jalur Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Jual Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Seluruh Sampel.....	151
4.31	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Seluruh Sampel.....	152
4.32	Uji Hipotesis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Seluruh Sampel.....	154
4.33	Evaluasi Asumsi Statistik Data Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel laki-Laki.....	156
4.34	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Laki-Laki.....	157
4.35	Evaluasi Asumsi Statistik Data Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Perempuan.....	160
4.36	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Perempuan.....	161
4.37	Evaluasi Asumsi Statistik Data Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Kurang Dari Rp 1.000.000,00.....	164
4.38	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Kurang Dari Rp 1.000.000,00.....	165



**Lanjutan Daftar Tabel**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.39	Evaluasi Asumsi Statistik Data Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Lebih Dari Rp 1.000.000,01.....	168
4.40	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Lebih Dari Rp 1.000.000,01.....	169
4.41	Ringkasan Hasil Penelitian.....	172



## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Kepadatan Telepon Tetap ( <i>Fixed Lines</i> ) di Negara-Negara Asia Tertentu (Per 100 <i>Inhabitants</i> ).....	3
1.2	Kepadatan Ponsel di Negara-Negara Asia Tertentu (Per 100 <i>Inhabitants</i> ).....	3
1.3	Persentase Faktor Pertimbangan Eksekutif Muda di Jakarta dalam Memilih Ponsel.....	6
1.4	Persentase Jumlah Pengguna Merek Ponsel Kalangan Eksekutif Muda di Jakarta.....	7
2.1	Lima Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen.....	41
2.2	Kerangka Pemikiran Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap keputusan pembelian.....	54
3.1	Diagram Jalur Lengkap Hipotesis Penelitian Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.1	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
4.2	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Umur.....	89
4.3	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	91
4.4	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	93
4.5	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan dan Jenis Pekerjaan.....	96
4.6	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Penghasilan Per Bulan dan Status Perkawinan.....	97
4.7	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Ponsel Yang Dimiliki Saat Ini.....	99

**Lanjutan Daftar Gambar**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.8	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Ponsel Yang Dimiliki Sebelumnya.....	102
4.9	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Jumlah Ponsel Yang Dimiliki Sebelumnya.....	105
4.10	Karakteristik Pengguna Ponsel GSM di Bandung Electronic Center Berdasarkan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Yang Digunakan Saat ini	107
4.11	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	111
4.12	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	112
4.13	Alasan Pemilihan Ponsel GSM Tertentu Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	113
4.14	Ponsel GSM Yang Dimiliki Saat Ini dan Alasan Pemilihan Ponsel.....	115
4.15	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Wujud.....	119
4.16	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Fitur.....	121
4.17	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Kualitas Kinerja...	123
4.18	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Kualitas Kesesuaian.....	125
4.19	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Daya Tahan ( <i>Durability</i> ).....	127
4.20	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Sifat Mudah Diperbaiki.....	129
4.21	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Gaya ( <i>Style</i> ).....	131
4.22	Gambaran Diferensiasi Produk Ponsel GSM Dimensi Rancangan ( <i>Design</i> ).....	133
4.23	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Diferensiasi Produk Ponsel GSM (X1).....	135

**Lanjutan Daftar Gambar**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.24	Gambaran Harga Ponsel GSM.....	139
4.25	Gambaran Keputusan Pembelian Ponsel GSM.....	144
4.26	Hubungan Antar Variabel.....	148
4.27	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Seluruh Sampel.....	155
4.28	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Laki-Laki.....	159
4.29	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Perempuan.....	163
4.30	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Kurang Dari Rp 1.000.000,00.....	167
4.31	Estimasi Parameter Model Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Ponsel GSM Terhadap Keputusan Pembelian Kelompok Sampel Pendapatan Lebih Dari Rp. 1.000.000,01.....	171



## DAFTAR RUMUS

No.	Rumus	Halaman
3.1	Rumus Iterative Pertama.....	66
3.2	U'p.....	66
3.3	Rumus Iterative Kedua.....	66
3.4	Koefisien Korelasi Item Dikoreksi (ritd).....	73
3.5	Koefisien alfa Cronbach ( $C_\alpha$ ).....	74
3.6	Statistik Jarque-Bera (JB).....	77
3.7	Koefisien <i>skewness</i> .....	78
3.8	Koefisien <i>kurtosis</i> .....	78
3.9	Statistik <i>cr</i> ( <i>Critical Ratio</i> ).....	78
3.10	statistik <i>chi-square</i> ( $X^2$ ).....	81
3.11	Statistik Uji <i>t</i> .....	81
3.12	Persamaan Struktural Model Penelitian.....	81
3.13	Taksiran parameter koefisien jalur.....	82
3.14	Faktor Residual Persamaan Koefisien Jalur.....	82
3.15	Koefisien Determinasi.....	82
3.16	Statistik uji <i>t</i> .....	83
3.17	Koefisien Korelasi Estimasi Antarvariabel Duncan's Rule.....	83
3.18	Koefisien korelasi Estimasi.....	83





## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
I	Kuesioner.....	192
II	Skor Seluruh Sampel.....	199
III	Skor Kelompok Sampel Laki-Laki.....	200
IV	Skor Kelompok Sampel Perempuan.....	201
V	Skor Kelompok Sampel Pendapatan Kurang Dari Rp 1.000.000,00.....	202
VI	Skor Kelompok Sampel Pendapatan Lebih Dari Rp 1.000.000,01.....	203
VII	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	204
VIII	<i>Out Put</i> AMOS 5.0.....	208

