

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Konsep <i>Experience Design</i> .....	18
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3 Pengaruh <i>Experience Design</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	25

2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
2.3 Hipotesis .....	35

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	36
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan .....	36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.2.4 Populasi .....	43
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	45
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	49
3.2.7 Teknik Analisis Data .....	50
3.2.8 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	52
3.2.9 Analisis Verifikatif Menggunakan <i>Path Analysis</i> .....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.1.1 Profil Perusahaan .....	58
4.1.2 Karakteristik, Pengalaman, dan Penilaian Pengguna terhadap <i>Experience Design Nokia Music Edition</i> .....	60
4.1.2.1 Karakteristik Pengguna berdasarkan Demografi .....	60

4.1.2.2 Pengalaman Pengguna Ponsel Nokia <i>Music Edition</i> .....	62
4.1.2.3 Penilaian Pengguna terhadap <i>Experience design</i>	
<i>Nokia Music Edition</i> .....	65
1. <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui	
<i>Artifact</i> .....	66
2. <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> .....	73
3. <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> .....	78
4. <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> .....	80
1. <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui	
<i>Spatial Environment</i> .....	83
2. <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui	
<i>Spatial Environment</i> .....	85
3. <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui	
<i>Spatial Environment</i> .....	86
4. <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui	
<i>Spatial Environment</i> .....	88
1. <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> ....	90
2. <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> .....	91
3. <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> .....	94
4. <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> .....	95
4.1.2.4 Penilaian Pengguna terhadap <i>Brand Image</i> Nokia ...	98
1. <i>Brand Association</i> yang diberikan Nokia .....	99
2. <i>Brand Values</i> yang diberikan Nokia.....	100
3. <i>Brand Positioning</i> yang diberikan Nokia .....	102

4.1.2.5 Pengaruh <i>Experience Design</i> Ponsel Nokia Music <i>Edition</i> terhadap <i>Brand Image</i> Nokia .....	106
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	108
4.2.1 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Experience</i> <i>Design</i> .....	108
4.2.2 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Brand</i> <i>Image</i> .....	109
4.3 Implikasi Hasil Penelitian .....	111
4.3.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	111
4.3.1.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	111
4.3.1.2 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	112
4.3.2 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis .....	113
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Rekomendasi .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Pengguna Ponsel di Indonesia .....	3
1.2	<i>Top brand index</i> (TBI) ponsel di Indonesia pada tahun 2006-2008 .....	2
1.3	Alasan Konsumen dalam Membeli Produk .....	3
1.4	<i>Brand Share</i> Ponsel di Indonesia .....	5
2.1	Definisi <i>Experience Design</i> .....	19
2.2	Definisi <i>Brand Image</i> dari Beberapa Ahli .....	23
2.3	Penelitian Pendahuluan .....	28
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	39
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	43
3.3	Mahasiswa Pengguna Ponsel Nokia <i>Music Edition</i> di Jurusan Pendidikan Ekonomi UPI Angkatan 2005-2008 .....	45
3.4	Koefisien Korelasi .....	47
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen .....	48
3.6	Klasifikasi Koefisien Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	51
3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Pengguna .....	52
4.1	Seri Ponsel yang Dikeluarkan Oleh Nokia .....	61
4.2	Profil Pengguna Nokia <i>Music Edition</i> berdasarkan Jenis Kelamin, Uang Saku, dan Tipe Ponsel .....	62
4.3	Profil Pengguna Nokia <i>Music Edition</i> berdasarkan Tipe Ponsel dan Jenis Kelamin Pengguna .....	99
4.4	Profil Pengguna Nokia <i>Music Edition</i> berdasarkan Jenis Kelamin dan Lama Menggunakan .....	64
4.5	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Alasan Menggunakan Ponsel	

Nokia <i>Music Edition</i> .....	65
4.6 Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (bentuk dan perpaduan warna ponsel Nokia <i>Music Edition</i> ) .....	67
4.7 Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> Melalui <i>Artifact</i> (kelengkapan fitur Nokia <i>Music Edition</i> ) .....	69
4.8 Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (suara ponsel nokia music edition) .....	70
4.9 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (teksture dan pengoperasian ponsel Nokia <i>music edition</i> ) .....	71
4.10 Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (bentuk tampilan logo Nokia) .....	73
4.11 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (perasaan pengguna dengan keindahan bentuk dan perpaduan warna ponsel Nokia <i>music edition</i> ) .....	74
4.12 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (perasaan pengguna pada kelengkapan fitur dan audio ponsel Nokia <i>music edition</i> ) .....	76
4.13 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (perasaan pengguna akan kenyamanan teksture ponsel Nokia <i>music edition</i> ) .....	77
4.14 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> (perasaan pengguna akan pengoperasian ponsel Nokia <i>music edition</i> ) .....	78

4.15	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> .....	79
4.16	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Artifact</i> .....	82
4.17	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Spatial Environment</i> (desain interior, desain eksterior, dan suhu udara Nokia Plaza) .....	84
4.18	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Spatial Environment</i> (suhu udara Nokia Plaza).....	85
4.19	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Spatial Environment</i> (desain interior, eksterior, keramahan pegawai, suhu udara Nokia Plaza) .....	86
4.20	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Spatial Environment</i> (desain interior, eksterior, keramahan pegawai, suhu udara Nokia Plaza) .....	88
4.21	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Spatial Environment</i> (keramahan dan kecakapan pegawai, <i>display</i> ponsel, ketersediaan informasi, kemudahan menjangkau lokasi Nokia Plaza) .....	90
4.22	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Sense</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> (keunikan desain, <i>sales promotion girl</i> , dan <i>display</i> ponsel saat pameran) .....	92
4.23	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Feel</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> (keunikan desain, <i>sales promotion girl</i> , kelengkapan ponsel dan accessories saat pameran).....	93

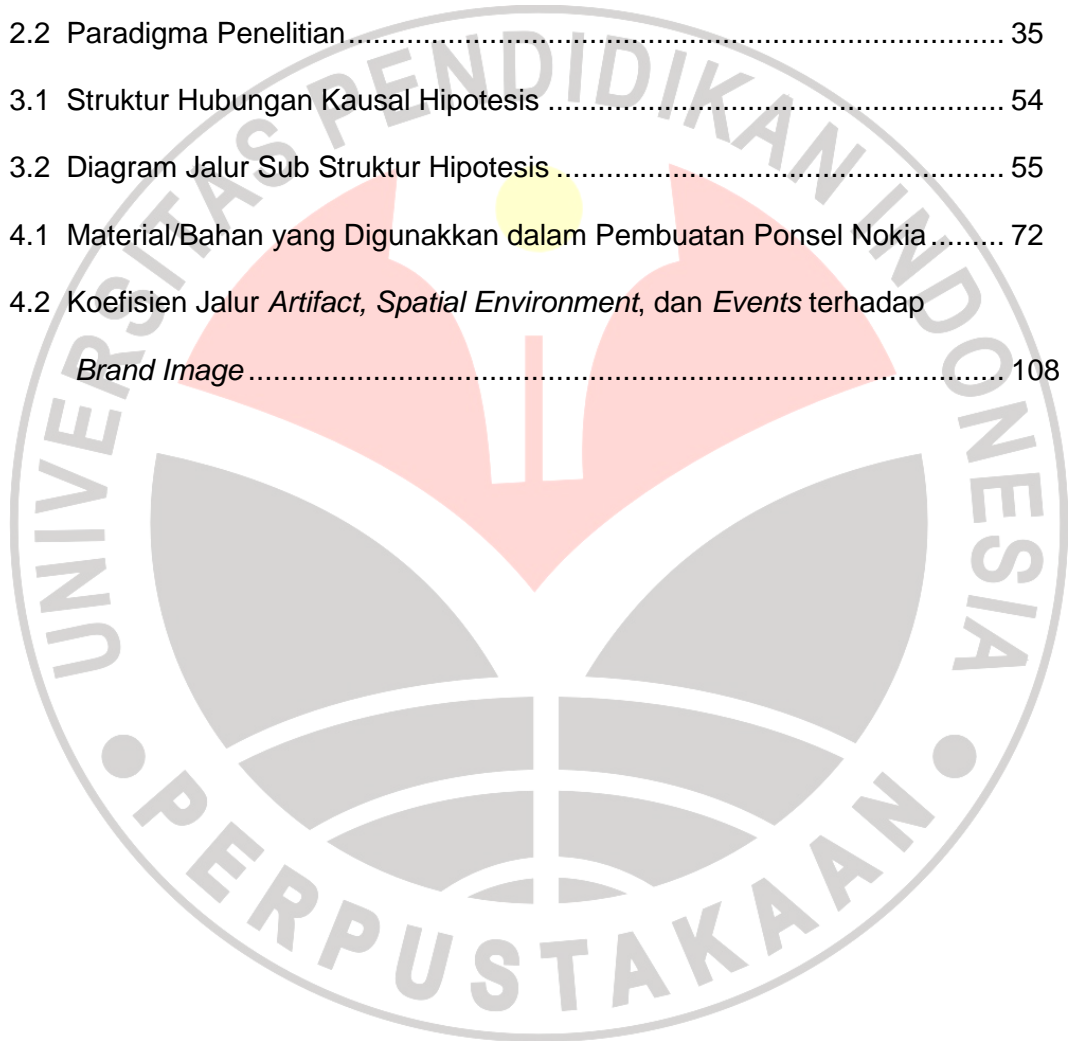


4.24 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Think</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> .....	95
4.25 Tanggapan Pengguna terhadap <i>Act</i> pada <i>Experience Design</i> melalui <i>Events</i> .....	97
4.26 Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Experience Design</i> .....	98
4.27 <i>Brand Association</i> yang diberikan Nokia.....	99
4.28 <i>Brand Values</i> yang diberikan Nokia .....	101
4.29 <i>Brand Positioning</i> yang diberikan Nokia.....	103
4.30 Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Brand Image</i> .....	105
4.31 Matriks Korelasi antara <i>Artifact</i> , <i>Spatial Environment</i> , dan <i>Events</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	107
4.32 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Experience Design</i> <i>Experience Design</i> ( <i>artifact</i> , <i>spatial environment</i> , dan <i>events</i> ) terhadap <i>Brand Image</i> Nokia .....	109



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
2.2 Paradigma Penelitian.....	35
3.1 Struktur Hubungan Kausal Hipotesis .....	54
3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis .....	55
4.1 Material/Bahan yang Digunakan dalam Pembuatan Ponsel Nokia.....	72
4.2 Koefisien Jalur <i>Artifact</i> , <i>Spatial Environment</i> , dan <i>Events</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	108



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	124
Lampiran 2 Karakteristik Pengguna.....	130
Lampiran 3 Pengalaman Pengguna.....	131
Lampiran 4 Data Ordinal Variabel X.....	133
Lampiran 5 Data Ordinal Variabel Y.....	156
Lampiran 6 Pengujian Hipotesis .....	159

