KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang penulis beri judul *"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek BlackBerry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Sekolah Administrasi Bisnis Dan Keuangan Institut Manajemen Telkom Periode November 2011 – Mei 2012)"*, tidak lupa pula penulis sampaikan shalawat beriringkan salam atas junjungan dan suri tauladan Nabi Muhammad SAW semoga kita mendapat safa'atnya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan - persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Institut Manajemen Telkom Bandung. Selama penulis kuliah di Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan, Institut Manajemen Telkom dan menyusun skripsi ini penulis banyak memperoleh pendidikan, bimbingan, dan bantuan baik secara moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan hati yang tulus penulis ingin mengucapkan terimkasih yang tidak terhingga kepada :

1. Kedua orang tua tercinta almarhumah ibunda Hj. Suhartini, S.pd dan Ayahanda H. Ilham Suwarno, terima kasih untuk semua kasih sayang, pengorbanan, doa, motivasi, dan dukungannya yang telah diberikan kepada penulis.
2. Kakakku tercinta Herlini Veronika S.sos, Isbowono Yudo, Yoga Nurseta S.H, Ngatnan Gianto, dan Rafiatun, terima kasih untuk kasih sayang, motivasi dan dukungannya.

3. Ibu Heppy Millanyani, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu, bimbingan, serta sarannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Anita Silvianita SE., MSM terima kasih atas masukan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh staff pegawai Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan, Institut Manajemen Telkom yang telah banyak membantu, mendidik, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Keponakanku tercinta Timur Arif Rahmanda, Gendis Arum Kesturi, Azzahari Elnan, dan seluruh keluarga besar terima kasih untuk kasih sayang dan dukungannya.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu menemani hari-hariku, Reni, Fizie, Betty, Riris, Vivi, Nini, Mayang, Lini, Disky, Fitri, Okta, Benazir, Elfi, Irhas, Laras, Aat, dan keluarga besar Muha 2008 terima kasih atas persahabatan dan dukungan yang telah kalian berikan.
8. Sahabat-Sahabat seperjuangan selama kuliah, Nanta, Noni, Noni Wulan, Ratri, Farah, Ferdy, Reza, Andrew, Pandu M, Hendri, Pandu Noor, Suhaily, Irsan, Priyo dan teman-teman Institut Manajemen Telkom 2008, terima kasih atas persahabatan, semangat, dan dukungan yang telah diberikan.
9. Serta seluruh pihak yang tidak mengurangi rasa hormat yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Atas segala bantuan yang penulis terima, sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya yang melimpah kepada Bapak/Ibu dan Saudara/i. Amin

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penyajiannya karena kemampuan yang masih terbatas. Untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran-saran dan petunjuk yang bersifat membangun yang ditujukan untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi yang memerlukan dikemudian hari untuk melakukan penelitian yang sama dan para pembaca pada umumnya.

Bandung, Mei 2012

Penulis,

Resti Handarini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i
HALAMAN PERSETUJUAN..... ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK.....vii
DAFTAR ISI.....viii
DAFTAR TABEL.....xii
DAFTAR GAMBAR.....xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Gambaran Umum BlackBerry 1
1.1.2 Sejarah Singkat BlackBerry.....5
1.1.3 Perkembangan BlackBerry Di Indonesia.....6
1.2 Latar Belakang Penelitian.....7
1.3 Perumusan Masalah.....14
1.4 Tujuan Penelitian.....15
1.5 Kegunaan Penelitian.....15
1.6 Sistematika Penulisan.....16

BAB II TINJAUAN PUSTAKAN DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustakan Penelitian.....18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....18
2.1.2 Bauran Pemasaran.....19
2.1.3 Perilaku Konsumen.....29
2.1.4 Keputusan Pembelian.....31
2.2 Penelitian Terdahulu.....36
2.2.1 Skripsi.....36
2.2.2 Artikel Dalam Jurnal.....47
2.3 Kerangka Pemikiran.....58
2.4 Hipotesis Penelitian.....62
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....64
2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....64
2.5.2 Lokasi Dan Objek Penelitian.....64
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian.....64
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian.....65
3.2 Variabel Operasional.....66
3.2.1 Operasional Variabel.....66
3.2.2 Skala Pengukuran.....70
3.3 Tahapan Penelitian.....71
3.4 Populasi Dan Sampel.....73
3.4.1 Populasi.....73
3.4.2 Sampel.....73
3.5 Pengumpulan Data.....76
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....76
3.5.2 Sumber Data.....77
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....78
3.6.1 Uji Validitas.....78

3.6.2 Uji Reliabilitas.....82
3.7 Teknik Analisis Data.....84
3.7.1 Analisis Deskriptif.....84
3.7.2 *Method of Succesive Interval* (MSI).....86
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....89
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....90
3.7.5 Koefisien Determinasi.....93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Karakteristik Responden.....94
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....94
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan.....95
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku Setiap Bulan.....96
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Provider Yang Digunakan.....98
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Kegunaan *Handphone* Merek BlackBerry Bagi Responden.....99
4.2 Hasil Penelitian.....100
4.2.1 Analisis Kinerja Bauran Pemasaran *Handphone* Merek BlackBerry Menurut Tanggapan Responden.....100
4.2.2 Analisis Kinerja Keputusan Pembelian.....111
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....114
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....114
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....117
4.3.3 Koefisien Determinasi.....123

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan.....124
5.2 Saran.....126

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....126
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan.....128
Daftar Pustaka.....129
Lampiran.....134