

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugrahNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini tepat pada waktunya.

Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli iPad di Kota Bandung Tahun 2012 ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media di Institut Manajemen Telkom.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Damayanti Octavia selaku dosen pembimbing utama yang penuh perhatian selama ini meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sampai penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Sampurno Wibowo dan Bapak Refi Rifaldi Windya Giri selaku penguji proposal skripsi yang telah memberikan banyak sekali masukan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Indira Rachmawati ST. MSM dan Ibu Nurvita Trianasari, Ssi, M.Stat selaku penguji siding skripsi yang telah memberikan banyak sekali masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Kepada seluruh Dosen Pengajar IMTelkom yang sudah memberikan ilmu pengetahuannya dan semangat kepada saya untuk sesegera mungkin menyelesaikan skripsi ini.

5. Kedua orang tua penulis Ajik I Gusti Putu Oka Gunarta dan Ibu Ni Wayan Suwitri beserta adik penulis tercinta Gusti Ayu Made Mas Marhaeni dan Gusti Nyoman Bagus Dananjaya yang berada di rumah di Denpasar, terima kasih atas segala dukungan baik, kasih sayang, perhatian, moral, finansial maupun sumbangan pikiran yang kalian berikan.
6. Semua responden yang telah sabar dan ikhlas memberikan jawaban atas kuesioner penelitian saya.
7. Semua teman seperjuangan dan yang sudah lulus terlebih dahulu yang telah membantu dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak dengan tanpa mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan selama penulisan skripsi.

Semoga segala bantuan yang sudah penulis terima, mendapat balasan dan kebaikan dari Ida Sang Hyang Widhi Wasa / Tuhan Yang Maha Esa. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan yang penulis miliki untuk itu sangat diharapkan saran – saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan tugas akhir ini. Akhirnya penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yang sebesar – besarnya bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Produk Komputer Tablet Apple	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Sistematika Penelitian	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Produk	20
2.1.4 Kualitas Produk	22
2.1.5 Harga	24
2.1.6 Citra Merek	30
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	39
2.1.8 Minat Beli.....	44
2.2 Penelitian Terdahulu	49
1 Skripsi dan Tesis	49
2 Jurnal Internasional dan Nasional.....	53

2.3	Kerangka Pemikiran	56
2.4	Hipotesis Penelitian	59
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	59

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	60
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	61
	3.2.1 Operasionalisasi Variabel	62
	3.2.2 Skala Pengukuran	63
3.3	Tahapan Penelitian	64
3.4	Populasi dan Sampel	65
	3.4.1 Populasi	65
	3.4.2 Sampel	65
	3.4.3 Teknik Sampling	66
3.5	Sumber dan Pengumpulan Data	67
	3.5.1 Data Primer	67
	3.5.2 Data Sekunder	67
	3.5.3 Metode Pengumpulan Data	67
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	68
	3.6.1 Uji Validitas	68
	3.6.2 Uji Reliabilitas	73
3.7	Teknik Analisis Data	75
	3.7.1 Analisis Deskriptif	75
	3.7.2 Successive Method Interval	76
	3.7.3 Uji Asumsi Klasik	77
	3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	80
	3.7.5 Koefisien Determinasi	80
	3.7.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	81
	3.7.7 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	82

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	84
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
	4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
	4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	87
	4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang diperoleh	88
4.2	Rekapitulasi Karakteristik Responden	89
4.3	Analisis Deskriptif	90

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk iPad di Kota Bandung	91
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga iPad di Kota Bandung	93
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek iPad di Kota Bandung	94
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli iPad di Kota Bandung	96
4.4 Uji Asumsi Klasik	98
4.4.1 Uji Normalitas	98
4.4.2 Uji Heterokedastisitas	100
4.4.3 Uji Multikolinearitas	101
4.4.4 Uji Linearitas	102
4.5 Analisis Regresi Berganda	104
4.5.1 Koefisien Determinasi	106
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	107
4.5.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	113
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Logo Perusahaan	1
GAMBAR 1.2 iPad	3
GAMBAR 1.3 Penjualan Komputer Tablet Global Unit	5
GAMBAR 1.4 Pangsa Pasar iPad dan Samsung Galaxy Tab di Indonesia	6
GAMBAR 1.5 Kategori PC Tablet Ukuran 10'	9
GAMBAR 1.6 <i>Most Importance Hardware Features when Considering a Tablet PC Purchase</i>	11
GAMBAR 1.7 <i>Indonesia Brand Champion Award</i>	12
GAMBAR 1.8 Merek Tablet PC yang Mungkin Akan Dibeli	13
GAMBAR 2.1 <i>Five Level Product</i>	21
GAMBAR 2.2 <i>Brand Building Blocks</i>	31
GAMBAR 2.3 Model Hierarki Tanggapan	46
GAMBAR 2.4 Model Kerangka Pemikiran	58
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian	64
GAMBAR 3.2 Garis Kontinum	76
GAMBAR 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
GAMBAR 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan	87
GAMBAR 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	88
GAMBAR 4.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk	92
GAMBAR 4.7 Garis Kontinum Variabel Harga	94
GAMBAR 4.8 Garis Kontinum Variabel Citra Merek	96
GAMBAR 4.9 Garis Kontinum Variabel Minat Beli	98
GAMBAR 4.10 P – P Plot Uji Normalitas	99
GAMBAR 4.11 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	101

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Operasionalisasi Variabel	62
TABEL 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X	69
TABEL 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X Setelah Proses <i>Trimming</i>	71
TABEL 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	73
TABEL 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Setelah Proses <i>Trimming</i>	74
TABEL 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	74
TABEL 3.7 Kriteria Interpretasi Indikator	76
TABEL 4.1 Rekapitulasi Karakteristik Responden	89
TABEL 4.2 Tanggapan Mengenai Kualitas Produk iPad	91
TABEL 4.3 Tanggapan Mengenai Harga iPad	93
TABEL 4.4 Tanggapan Mengenai Citra Merek iPad	94
TABEL 4.5 Tanggapan Mengenai Minat Beli iPad	96
TABEL 4.6 <i>One – Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	100
TABEL 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	102
TABEL 4.8 Uji Kualitas Produk dengan Minat Beli	102
TABEL 4.9 Uji Harga dengan Minat Beli	103
TABEL 4.10 Uji Citra Merek dengan Minat Beli	103
TABEL 4.11 <i>Coefficient</i>	104
TABEL 4.12 <i>Model Summary</i>	106
TABEL 4.13 ANOVA	107
TABEL 4.14 <i>Coefficient</i>	109

LAMPIRAN