

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Product Bundling* Nokia Asha dengan Operator Telkomsel terhadap Minat Beli Nokia Asha pada Masyarakat Kota Bandung 2013”** ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *product bundling* yang diterapkan oleh Nokia Asha bersama Telkomsel terhadap minat beli masyarakat kota Bandung pada Nokia Asha. Penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi beberapa pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini saya selaku peneliti atas skripsi ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada

1. Keluarga saya tercinta Bapak Drs.Krisfi Magdaria, Ibu Dra.Ade Gusti, beserta adik-adik tersayang Dwiki Refilano Kristi dan Puti Jeannisa Audy Kristi yang selalu memberikan dukungan dan doa.
2. Om Dr.Rachmat Mulyana, M.Si dan Tante Dr.Esi Emilia, M.Si yang telah menjadi inisiator dan motivator bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini.
3. Ibu Rd. Nurafni Rubiyanti, S.MB., M.BA. selaku pembimbing yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini mulai dari awal hingga selesai.
4. Institut Manajemen Telkom beserta seluruh jajaran staf dan karyawan, terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.
5. Teman-teman dari jurusan Administrasi Bisnis, khususnya Administrasi Bisnis kelas A 2009, terima kasih atas semangat dan dukungannya.
6. Teman-teman dari Institut Manajemen Telkom yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas semangat dan dukungannya.

7. Pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dalam materi maupun dalam cara penulisannya. Peneliti berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dan peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran bagi pembaca sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, September 2013

**Rachael Iksyan Adrino**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Latar Belakang.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Perumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.5. Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	10
<b>1.6. Sistematika Penulisan.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b>	
<b>2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....</b>	<b>12</b>
2.1.1. Pemasaran.....	12
2.1.2. Bauran Promosi.....	13
2.1.3. Promosi Penjualan.....	14
2.1.4. Teori <i>Bundling</i> .....	15
2.1.5. Atribut Penting dalam <i>Product Bundling</i> .....	16
2.1.6. Minat Beli.....	19

<b>2.2. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>20</b>
2.2.1. Skripsi.....	20
2.2.2. Jurnal Penelitian Nasional.....	22
2.2.3. Jurnal Penelitian Internasional.....	24
<b>2.3. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>26</b>
<b>2.4. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>28</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>3.1. Jenis Penelitian.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2. Operasional Variabel.....</b>	<b>29</b>
<b>3.3. Tahapan Penelitian.....</b>	<b>31</b>
<b>3.4. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>32</b>
3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel.....	33
<b>3.5. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
3.5.1. Data Primer.....	34
3.5.2. Data Sekunder.....	34
3.5.3. Skala Pengukuran.....	35
<b>3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>35</b>
3.6.1. Uji Validitas.....	35
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	36
<b>3.7. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>37</b>
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	37
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.3. Koefisien Determinasi.....	39
3.7.4. Uji Hipotesis.....	40
a. Uji Simultan (Uji F).....	40

b. Uji Parsial (Uji t).....	40
-----------------------------	----

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

<b>4.1. Karakteristik Responden.....</b>	<b>42</b>
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2. Berdasarkan Usia.....	43
4.1.3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
4.1.4. Berdasarkan Pendapatan.....	44
4.1.5. Berdasarkan Pengetahuan Atas Informasi.....	45
4.1.6. Berdasarkan Sumber Informasi.....	46
<b>4.2. Hasil Penelitian.....</b>	<b>48</b>
<b>4.2.1. Analisis <i>Product Bundling</i> Nokia Asha dengan         Operator Telkomsel Menurut Responden.....</b>	<b>48</b>
a. Tanggapan Responden Mengenai <i>Bundling Value</i> .....	48
b. Tanggapan Responden Mengenai Fitur <i>Handphone</i> .....	49
c. Tanggapan Responden Mengenai <i>Value Added Service</i> .....	50
d. Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pendorong Pembelian.....	52
e. Tanggapan Responden Mengenai <i>Searching Cost</i> .....	53
f. Tanggapan Responden Mengenai <i>Style</i> .....	54
g. Tanggapan Responden Mengenai Internet.....	56
h. Tanggapan Responden Mengenai Benefit.....	57
i. Total Tanggapan Responden Mengenai <i>Product Bundling</i> Nokia Asha dengan Operator Telkomsel.....	58
<b>4.2.2. Analisis Minat Beli Nokia Asha Menurut         Responden.....</b>	<b>60</b>
<b>4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>62</b>
4.3.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.3.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64

4.3.3. Hasil Koefisien Determinasi.....	67
4.3.4. Hasil Uji Hipotesis.....	68
a. Uji Simultan (Uji F).....	68
b. Uji Parsial (Uji t).....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
<b>5.1. Kesimpulan.....</b>	<b>72</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>74</b>
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan.....	74
5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Nokia Asha Series.....	3
Tabel 1.2. Presentase Penjualan Lima Perangkat Telepon Seluler di Dunia 2012.....	6
Tabel 1.3. Presentase Penjualan Lima Perangkat Smartphone di Dunia 2012.....	6
Tabel 1.4. Operator Seluler Terbesar di Indonesia.....	7
Tabel 1.5. Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin 2012.....	8
Tabel 2.1. Asha Data Plan.....	18
Tabel 2.2. Skripsi.....	20
Tabel 2.3. Jurnal Penelitian Nasional.....	22
Tabel 2.4. Jurnal Penelitian Internasional.....	24
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2. Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3.3. Persentase Kriteria Interpretasi Skor.....	38
Tabel 4.1. Tanggapan Responden Mengenai <i>Bundling Value</i> .....	48
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Mengenai Fitur <i>Handphone</i> .....	49
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Mengenai VAS.....	50
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pendorong Pembelian.....	52
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai <i>Searching Cost</i> .....	53
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai <i>Style</i> .....	55

<b>Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Internet.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Benefit.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.9. Total Tanggapan Responden Mengenai</b> <b>    <i>Product Bundling</i>.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Nokia</b> <b>    Asha.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.11. Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel X.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.12. Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel Y.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinasi.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.15. Pengujian F hitung.....</b>	<b>68</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Nokia.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian.....	32
Gambar 3.2. Garis Kontinum Kriteria Interpretasi Skor.....	38
Gambar 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.3. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44
Gambar 4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan/ Penghasilan.....	45
Gambar 4.5. Responden Berdasarkan Pengetahuan Atas Informasi.....	46
Gambar 4.6. Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	47
Gambar 4.7. Tanggapan Responden Mengenai <i>Bundling Value</i> .....	49
Gambar 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Fitur <i>Handphone</i> .....	50
Gambar 4.9. Tanggapan Responden Mengenai VAS.....	51
Gambar 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pendorong Pembelian.....	53
Gambar 4.11. Tanggapan Responden Mengenai <i>Searching Cost</i> .....	54
Gambar 4.12. Tanggapan Responden Mengenai <i>Style</i> .....	55
Gambar 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Internet.....	57
Gambar 4.14. Tanggapan Responden Mengenai Benefit.....	58

**Gambar 4.15. Tanggapan Responden Mengenai *Product Bundling***

**Nokia Asha dan Telkomsel.....59**

**Gambar 4.16. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Nokia**

**Asha.....61**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**

**Lampiran 2 Data Responden**

**Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden dalam Huruf**

**Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden dalam Angka**

**Lampiran 5 Hasil Analisis Data**