

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE IPHONE* MEREK APPLE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**Bulquisia**

**061430600434**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2017**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE MEREK APPLE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**Bulqisia 061430600434**

Menyetujui,

**Pembimbing I**

**Yusrizal Firdaus, SE., M.M  
NIP 196310221988031001**

**Pembimbing II**

**Dr. H. Markoni Badri, SE., MBA  
NIP 196103251989031001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum. Res.M.  
NIP 196008061989101000**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139  
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918  
Website : www.polsri.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



### SURAT PERNYAATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bulqisia  
NPM : 0614 3060 0434  
Kelas : 6 NA  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen  
Judul Laporan Akhir : Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian  
Smartphone iPhone Merek Apple (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri  
Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila laporan saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2017

METERAI TEMPEL  
029A6AEF57740503  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Bulqisia

NPM 061430600434

LEMBAR PENGESAHAN





Nama Mahasiswa : Bulquisia  
NPM : 0614 3060 0434  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Merek Apple (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari: Senin

Tanggal: 17 Juli 2017

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>A. Jalaluddin Sayuti, SE., M.Hum. Res.M.</u> Ketua		31/7
2.	<u>Drs. Dibyantoro, M.M</u> Anggota		17/7/17
3.	<u>M. Rizka Maulana, SE., M.Si.</u> Anggota		28/7/2017
4.	<u>Marieska Lupikawaty, SE., M.M.</u> Anggota		31/7/2017

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

***“Tidak selalu harga murah yang menarik minat orang untuk membeli. Tindakan untuk melayani dengan sikap baik mampu mengalahkan harga murah.”***

***“Penciptaan nilai tidak hanya bersumber dari inovasi dan kreativitas, tetapi juga dari kesadaran dan persepsi yang tepat.”***

***(Djajendra)***

***Kupersembahkan untuk:***

- Ayah dan Ibu tercinta***
- Kedua Saudaraku***
- Keluarga dan Sahabatku yang selalu memberikan do'a dan motivasi***
- Teman seperjuangan 6NA***
- Almamaterku***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Merek Apple (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”**. Adapun tujuan laporan ini untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan dimensi persepsi manakah yang paling dominan. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner dan penelitian lapangan melalui penelitian kepustakaan dengan jumlah 55 responden.

Data diolah dengan menggunakan rumus persentase dan penilaian interpretasi skor. Hasilnya adalah dimensi kemampuan diperbaiki adalah dimensi terendah 64%, karena *outlet Apple Service Center* belum banyak disediakan untuk konsumennya. Dimensi kinerja produk tertinggi menjadi 83%, karena kinerja produk *smartphone* iPhone merek Apple memiliki kualitas yang tinggi. Dimensi yang paling dominan adalah dimensi kinerja produk *smartphone* iPhone yang selalu meningkatkan kualitas produk yang dimiliki.

Pembuatan laporan akhir ini untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Diploma (DIII) pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan akhir ini masih banyak kekurangan dan kelemahan dari sisi penyajian data dan pembahasan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semua yang membutuhkan. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan laporan ini.

Palembang, Juli 2017  
Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahma dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini tepat pada waktunya. Dalam proses penulisan laporan akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan kritik dan saran serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung yang sangat berarti bagi penulis, untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan akhir ini kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Yusnizal Firdaus, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan laporan akhir.
5. Bapak Dr. H. Markoni Badri, S.E., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan masukan serta bimbingan kepada penulis selama mengerjakan laporan akhir.
6. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
7. Kedua orang tua dan kedua saudaraku tersayang (Jaka Nezarwan dan Muhammad Calvin) yang telah memberikan do'a dan dukungan serta semangat baik moril maupun materil kepada penulis.
8. Semua teman dan sahabat seperjuangan, khususnya kelas 6NA.
9. Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.

10. Semua pihak yang telah membantu, memberikan pemikiran, dukungan, semangat serta do'a demi terwujudnya Laporan Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga semua bantuan dan jerih payah dari kalian semua akan mendapatkan ridho dan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan laporan ini. Penulis mengharapkan semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, Juli 2017

Penulis



## **ABSTRACT**

The purpose of writing this final report to find out how the students perception on purchasing decision iPhone smartphone Apple brand (Case Study of The Students at Business Administration of Polytechnic Sriwijaya). Methods of data collection using questionnaires and field research through library research. The analysis data tools using 8 dimensions of perception, namely product performance, product reliability, product features, durability, comformance, servicebility, aesthetic, perceived quality and purchasing decisions. The data is processed by using the percentage formula and scoring interpretation. The result is a dimension of improved ability is the lowest dimension of 64%, because Apple Service Center outlet has not been provided for many consumers. The highest product performance dimension to 83%, because the performance of Apple's iPhone brand smartphone products have a high quality. The most dominant dimension is the dimensions of iPhone smartphone product performance that always improve the quality of the products owned. Apple's iPhone brand smartphone should provide more Apple Service Center outlets that benefit consumers.

*Keywords: Perception, iPhone Smartphone Apple brand*

## ABSTRAK

Tujuan penulisan laporan akhir ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone merek Apple (studi kasus pada mahasiswa jurusan administrasi bisnis politeknik negeri sriwijaya). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan penelitian lapangan melalui penelitian kepustakaan. Alat data analisis menggunakan 8 dimensi persepsi, yaitu kinerja produk, keterandalan produk, fitur produk, daya tahan, kesesuaian, kemampuan diperbaiki, keindahan tampilan produk, kualitas yang dirasakan dan keputusan pembelian. Data diolah dengan menggunakan rumus persentase, penilaian interpretasi skor. Hasilnya adalah dimensi kemampuan diperbaiki adalah dimensi terendah 64%, karena *outlet Apple Service Center* belum banyak disediakan untuk konsumennya. Dimensi kinerja produk tertinggi menjadi 83%, karena kinerja produk *smartphone* iPhone merek Apple memiliki kualitas yang tinggi. Dimensi yang paling dominan adalah dimensi kinerja produk *smartphone* iPhone yang selalu meningkatkan kualitas produk yang dimiliki. *Smartphone* iPhone merek Apple harus menyediakan lebih banyak lagi *outlet Apple Service Center* yang bermanfaat bagi para konsumen.

*Kata Kunci: Persepsi, Smartphone iPhone Merek Apple*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Tujuan .....	5
1.4.2 Manfaat .....	6
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	8
1.5.5 Analisis Data .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Persepsi .....	13
2.1.1 Pengertian Persepsi .....	13
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	13
2.1.3 Proses Terjadinya Persepsi .....	15
2.1.4 Dimensi Persepsi .....	15

2.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	16
2.3.3 Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Merek .....	18
2.4.1 Pengertian Merek .....	18
2.4.2 Pentingnya Penggunaan Merek ( <i>Brand</i> ) .....	19

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Apple Inc. ....	21
3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	24
3.2.1 Visi Perusahaan .....	24
3.2.2 Misi Perusahaan .....	24
3.3 Sejarah Logo Apple Inc. ....	25
3.4 Struktur Organisasi .....	27
3.5 Uraian Tugas .....	28
3.6 Jenis dan Spesifikasi Produk Smartphone iPhone .....	33
3.7 Profil Responden .....	38

### **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Dimensi-dimensi Persepsi yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Merek Apple.....	43
4.1.1 Dimensi Kinerja Produk .....	43
4.1.2 Dimensi Keterandalan Produk .....	45
4.1.3 Dimensi Fitur Produk .....	46
4.1.4 Dimensi Daya Tahan .....	47
4.1.5 Dimensi Kesesuaian .....	49
4.1.6 Dimensi Kemampuan Diperbaiki .....	50
4.1.7 Dimensi Kualitas yang Dirasakan .....	51
4.1.8 Dimensi Keindahan Tampilan Produk .....	53
4.1.9 Keputusan Pembelian .....	55
4.2 Dimensi Persepsi yang Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Merek Apple.....	57

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	60

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Populasi Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Pengguna Smartphone iPhone Merek Apple Tahun 2017 .....	3
Tabel 1.2 Sampel Jurusan Administrasi Bisnis .....	9
Tabel 1.3 Skala Pengukuran Likert .....	11
Tabel 1.4 Dasar Interpretasi Skor Item Dalam Variabel Penelitian .....	12
Tabel 3.1 Jenis dan Spesifikasi Produk Smartphone iPhone Merek Apple.....	33
Tabel 3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Program Studi.....	38
Tabel 3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	39
Tabel 3.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 3.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Smartphone iPhone .....	40
Tabel 4.1 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Kinerja Produk .....	43
Tabel 4.2 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Keterandalan Produk.....	45
Tabel 4.3 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Fitur Produk .....	46
Tabel 4.4 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Daya Tahan .....	47
Tabel 4.5 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Kesesuaian .....	49
Tabel 4.6 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Kemampuan Diperbaiki .....	50
Tabel 4.7 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Kualitas yang Dirasakan .....	51
Tabel 4.8 Interpretasi Jawaban Dari Responden Dimensi Keindahan Tampilan Produk .....	53
Tabel 4.9 Interpretasi Jawaban Dari Responden Keputusan Pembelian.....	55

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 3.1 Logo Apple yang Pertama Tahun 1976 .....	25
Gambar 3.2 Rob Jannof dan Logo Apple Tahun 1977 .....	25
Gambar 3.3 Logo Apple Tahun 1997 - Sekarang .....	26
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Apple Inc. ....	27
Gambar 4.1 Grafik Persentase Dimensi Persepsi dan Keputusan Pembelian .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 7 Kuesioner
- Lampiran 8 Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran 9 Uji Validitas Kuesioner
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir