

# PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK TELEPON SELULER NOKIA

## SKRIPSI



No. INDUK	1322/06
TGL. TERIMA	18.02.2006
BELI	PSY
EADILH	
No. BUKU	fPsi Tjeh Ps-1
KCP/KE	1(satu)

OLEH:

Stefan Kurniawan Tjahjo

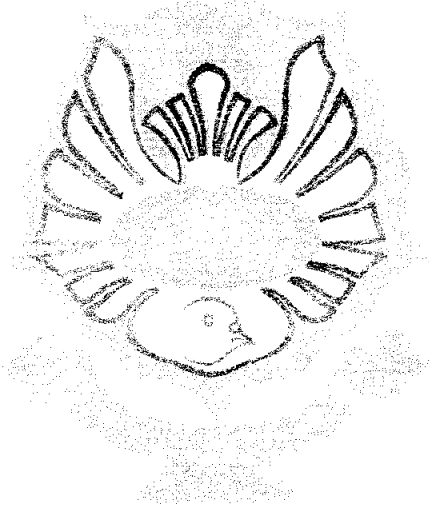
NRP: 7103098005

Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya  
2005

**PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK  
TELEPON SELULER NOKIA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi



OLEH :  
Stefan Kurniawan Tjahjo  
NRP : 7103098005

Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya  
2005

**PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK  
TELEPON SELULER NOKIA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi



OLEH :  
Stefan Kurniawan Tjahjo  
NRP : 7103098005

Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya  
2005

## SURAT PERNYATAAN

Bersama ini saya :

Nama : Stefan Kurniawan Tjahjo

NRP : 7103098005

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil skripsi saya yang berjudul :

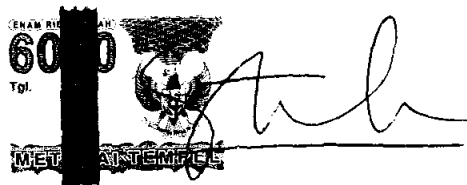
PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK TELEPON SELULER  
NOKIA

benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan bukti bahwa skripsi tersebut ternyata merupakan hasil plagiat dan/atau hasil manipulasi data, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan/atau pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh, serta menyampaikan permohonan maaf pada pihak-pihak yang terkait.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 6 Desember 2005

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text '6000' in large numbers, 'Tgl.' below it, and 'METRO' at the bottom. To the right of the stamp is a circular emblem featuring a bird, likely a Garuda, which is the national symbol of Indonesia.

**Stefan Kurniawan Tjahjo**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK  
TELEPON SELULER NOKIA**

Oleh :

Stefan Kurniawan Tjahjo

NRP : 7103098005

Telah dibaca, disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing utama

: Drs.Gunadi Atmadji, M.Kes



Pembimbing pendamping

: Dessi Christanti, M.Si



Surabaya, 6 Desember 2005

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Psikologi

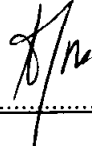
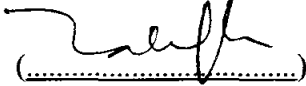
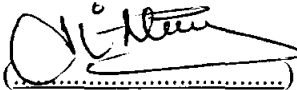

Pada tanggal 15 Desember 2005

Mengesahkan,  
Fakultas Psikologi,  
Dekan,



(X) Yettie Wandansari, M.Si)

Dewan Penguji :

1. Ketua : Agnes Maria Sumargi, M.Psych (  )
2. Sekretaris : Ratna Yudhawati, S.Psi (  )
3. Anggota : Drs. Gunadi Atmadji, M.Kes (  )
4. Anggota : Ermida L.Simanjuntak, M.Sc (  )

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :**

**Papi dan Mami**

**Om Roedijanto Siswahjoeono dan tante Mira**

**Kakakku V. Yolanda S.W. S.H. dan Drs. Rahmat Widodo**

**HALAMAN MOTTO**

**A Man is not Finished when He is Defeated ; He is Finished when He Quits**

**(Richard Nixon)**

***A Human Life Gains Luster and Strength Only When***

***It Is Polished and Tempered***

**(Masutatsu Oyama)**



## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “PERSEPSI ANAK MUDA TERHADAP MEREK TELEPON SELULER NOKIA” ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan karya tulis yang dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I di Fakultas Psikologi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Y.Yettie Wandansari, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs.Gunadi Atmadji, M.Kes, sebagai dosen Pembimbing Pertama dalam penelitian ini. Beliau telah banyak memberikan pengarahan, dukungan, dan waktu selama proses penyusunan skripsi. Pengalaman dan pengetahuan yang beliau berikan adalah sesuatu yang sangat berharga bagi peneliti.
3. Ibu Dessi Christanti, M.si, sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, serta membagikan pikiran dan ilmunya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga atas dukungan moril yang diberikan selama ini.
4. Mami dan Papi yang penuh pengertian dan tidak mudah menyerah dalam memberikan dorongan pada peneliti..

5. V. Yolanda S. W S.H dan Drs. Rahmat Widodo kedua kakak saya, yang telah memberikan dukungan dan dorongan semangat pada peneliti.
6. Om Roedijanto Siswahjoeono dan tante Mira yang telah mendukung dan mempercayai peneliti sepenuhnya dari awal peneliti kuliah sampai saat ini. Terima kasih juga atas segala dukungan dan dorongan yang diberikan, semua ini tidak akan terjadi tanpa bantuan beliau berdua.
7. Saudara AA, SS, DKH, LF atas kesediaannya menyumbangkan waktu dan berbagi pikiran dengan menjadi subjek penelitian.
8. Bapak Ludwig Arthur Laibahas dan ibu Wardhani Indiarti atas dukungan moril dan semangat yang diberikan selama ini.
9. Sylvi dan Ijau atas dukungan dan dorongan semangat yang diberikan selama ini pada peneliti.
10. Ibu Inge dan Peter Hartono, atas bantuan dan juga semangat yang diberikan pada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
11. Segenap rekan-rekan dan semua pihak, baik yang secara langsung maupun tidak langsung dengan caranya sendiri telah terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti membuka diri untuk menerima segala kritik dan saran dari pembaca.

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Ucapan Terima Kasih.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstraksi.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
2.1. Persepsi.....	14
2.1.1. Pengertian Persepsi.....	14
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	15
2.2. Merek.....	18
2.2.1. Pengertian Merek.....	18
2.2.2. Pembentukan Merek Emosional.....	22
2.2.3. Manfaat Emosional dan Manfaat Ekspresi Diri.....	25
2.3. Persepsi terhadap Merek.....	30

2.4. Anak Muda.....	31
2.4.1. Pengertian Anak Muda.....	31
2.4.2. Batasan Usia Anak Muda.....	32
2.4.3. Perilaku Membeli Anak Muda.....	32
2.5. Persepsi Anak Muda terhadap Merek Telepon Seluler Nokia.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Metode.....	39
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
3.3. Definisi Operasional.....	40
3.4. Prosedur Penentuan Subjek Penelitian.....	40
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6. Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.7. Tehnik Analisa Data.....	45
<b>BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Orientasi Kancan Penelitian.....	46
4.2. Persiapan Penelitian.....	49
4.3. Pelaksanaan Penelitian .....	50
4.4. Hasil Penelitian.....	51
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>112</b>
5.1. Bahasan.....	112
5.2. Kesimpulan.....	139
5.3. Saran.....	141
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>144</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1. Pembahasan Persepsi Subjek Terhadap Merek Telepon Seluler Nokia.....	135

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Arti Merek.....	20
Gambar 5.1. Dinamika Persepsi Konsumen Terhadap Merek Produk.....	137

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Hasil Wawancara dan Personifikasi Subjek.....	146
Lampiran 2. Surat Pernyataan .....	239
Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian.....	243

**Stefan Kurniawan Tjahjo(2006).”Persepsi Anak Muda terhadap Merek Telepon Seluler Nokia”. Skripsi Sarjana Strata I. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.**

## **ABSTRAKSI**

Merek telepon seluler Nokia merupakan merek telepon seluler yang menarik untuk diteliti, karena telah mampu membangun citra merek yang kuat pada pangsa pasar anak muda, yang merupakan pangsa pasar yang sangat menjanjikan saat ini dan hal itu membuatnya mampu memenangkan persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terhadap persepsi anak muda terhadap merek telepon seluler Nokia dan melibatkan empat orang mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Widya Mandala Surabaya angkatan 2002 sebagai subjek penelitian.. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan dalam pengambilan datanya menggunakan teknik wawancara mendalam dan teknik proyektif personifikasi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini berupa data diri subjek dan keluarga, latar belakang, orang yang berpengaruh dalam keputusan pembelian, motivasi, harapan, manfaat fungsional, manfaat emosional dan manfaat ekspresi diri yang dirasakan subjek terhadap merek telepon seluler Nokia. Pembahasan data penelitian dilakukan secara persubjek, dan digambarkan bahwa persepsi konsumen terhadap merek produk melalui suatu dinamika yang kompleks.

Kesimpulan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa seluruh subjek memiliki motivasi emosional yang dominan mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian subjek. Motivasi dan manfaat emosional subjek tidak mempengaruhi keterlibatan emosional dan timbulnya manfaat ekspresi diri pada subjek. Persepsi positif subjek terhadap merek produk tidak selalu mempengaruhi preferensi subjek membeli produk dengan merek tersebut di masa yang akan datang, dan persepsi orang terdekat akan mempengaruhi persepsi dan perilaku pembelian subjek. Kemudahan dalam penggunaan merupakan manfaat menonjol yang dirasakan sebagian besar subjek, hal itu menggambarkan bahwa kebutuhan akan rasa nyaman merupakan kebutuhan yang penting artinya bagi subjek. Saat ini bagi seluruh subjek penelitian, teman merupakan orang yang paling berpengaruh dalam memberikan pertimbangan terhadap keputusan pembelian

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian, adalah bagi peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian dengan topik persepsi konsumen terhadap merek produk hendaknya menambahkan aspek persepsi subjek terhadap merek kompetitor untuk memperdalam informasi yang didapatkan. Bagi produsen telepon seluler, disarankan untuk melakukan penelitian secara lebih luas dan lebih mendalam terhadap motivasi emosional konsumennya khususnya anak muda sebagai pangsa pasar yang menjanjikan, sehingga mampu menciptakan dan mengkomunikasikan produknya sesuai dengan kebutuhan emosional konsumen.