

ABSTRAK

PENGETAHUAN KONSUMEN TENTANG PRODUK SEBELUM PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

Studi Kasus Telepon Genggam Merek Nokia, Sony Ericsson, dan Siemens
di Pusat Penjualan Telepon Genggam
Ramai *Department Store & Supermarket* Yogyakarta
Tahun 2003

Patricia Gonie
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sumber informasi mana yang paling mendorong konsumen untuk melakukan pembelian telepon genggam dan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara pengetahuan konsumen tentang produk sebelum pembelian dengan kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji *Cochran Q Test* yang dilanjutkan dengan uji *Kruskal Wallis*, dan analisis Korelasi *Product Moment*.

Hasil analisis uji *Cochran Q Test* menyimpulkan bahwa sekelompok sumber informasi yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian telepon genggam adalah keluarga, iklan, teman, majalah khusus tentang telepon genggam dan orang-orang yang mempunyai keahlian dan pengetahuan tentang telepon genggam yang ditunjukkan dengan nilai $Q_{hitung} = 7,857 < X^2_{tabel} = 9,488$. Hasil uji *Kruskal Wallis* menyimpulkan sumber informasi yang paling mendorong konsumen untuk melakukan pembelian telepon genggam merek tertentu adalah keluarga yang ditunjukkan dengan nilai $X^2_{hitung} = 7,425 > X^2_{tabel} = 5,991$. Keluarga cenderung mengarahkan konsumen untuk membeli telepon genggam merek Nokia dengan nilai *Mean Rank* sebesar 58,25. Hasil analisis Korelasi *Product Moment* menyimpulkan pengetahuan konsumen tentang produk sebelum pembelian mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, hasil tersebut ditunjukkan oleh $t_{hitung} = 2,297 > t_{tabel} = 1,9845$.

ABSTRACT

CONSUMERS' PRODUCT KNOWLEDGE BEFORE PURCHASING AND THEIR SATISFACTION

A Case Study on Cellular Phone Brand Nokia, Sony Ericsson, and Siemens
At Cellular Phone Trade Center
Ramai Department Store & Supermarket Yogyakarta
2003

**Patricia Gonie
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004**

The purpose of this research is to identify what kind of information source, which pushes consumers to purchase a cellular phone and to determine the relationship between the consumers' product knowledge before purchasing and their satisfaction. The type of this research is a case study, which involves 100 respondents.

The techniques in collecting data used are questionnaire and interview. The techniques of data analysis used are Cochran Q Test, which was followed by Kruskal Wallis Test, and Product Moment Correlation analysis.

The Cochran Q Test shows that the group of information source, which pushes the consumers to make cellular phone purchasing consists of family, advertisement, friends, cellular phone magazine, and persons who have skill and knowledge about cellular phone. It is shown by the value of $Q_{calculation} = 7.857 > X^2_{table} = 9.488$. The Kruskal Wallis Test shows that the information source, which pushes the consumers to make cellular phone purchasing of a certain brand is family. It is shown by the value $X^2_{calculation} = 7.425 > X^2_{table} = 5.991$. Family tends to push the consumers to buy Nokia which is shown by the value of Mean Rank = 58.25. The Product Moment Correlation analysis shows that the consumers' product knowledge before purchasing has positive relation with their satisfaction, which is shown by $t_{calculation} = 2.297 > t_{table} = 1.9845$.