

BAB 3

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Sony Ericsson Mobile Communications AB	
Tipe	Private
Berdiri	2001
Markas Besar	Digabungkan di Swedia, Kantor Pusat di London
Orang-orang kunci	Miles Flint (Presiden), Anders Runevard (EVP)
Industri	Komunikasi
Produk	Telepon Seluler
Pendapatan	€ 10,959 million (2006)
Pendapatan Bersih	€ 997 million (2006)
Karyawan	> 7.500 orang
Induk Perusahaan	Sony Corporation (50%) Ericsson AB (50%)
Situs	www.sonyericsson.com

Sony Ericsson merupakan perusahaan patungan 50:50 Sony Corporation dan Telefonaktiebolaget LM Ericsson. Perusahaan ini berdiri pada bulan oktober 2001. Dengan misinya Sony Ericsson coba menempatkan sebagai merek yang menarik dan inovatif dalam industri perangkat bergerak.

Saat ini perusahaan Sony Ericsson *Mobile Communication* melayani pasar komunikasi global dengan menghadirkan berbagai ponsel yang sarat dengan fitur, aksesoris dan PC-card. Perusahaan Sony Ericsson yang berkedudukan di London, saat ini mempekerjakan lebih dari 7.500 karyawan di seluruh dunia, termasuk lokasi-lokasi di Eropa, Jepang, China dan A.S. (www.sonyericsson.com).

Teknologi audio visual Sony dengan telepon seluler (ponsel) dari Ericsson ini menjadi hal mendasar lahirnya telepon seluler teknologi GSM dengan merk Sony Ericsson. Sebagai perusahaan telekomunikasi, Sony Ericsson mencoba menghadirkan teknologi multimedia ke dalam produk ponselnya, hal tersebut dilakukan karena melihat kegunaan ponsel saat ini tidak hanya digunakan untuk alat komunikasi saja, namun digunakan untuk kemudahan dalam menunjang aktivitas bisnis, mendapatkan hiburan dan alat pembayaran online.

Solusi telekomunikasi dipadukan dengan teknologi hiburan, memperlihatkan produk Sony Ericsson dapat bersaing di pasar telekomunikasi saat ini. Untuk mengimbangi kepesatan dunia teknologi komunikasi selular. Sony Ericsson menawarkan lima segmen terbaiknya, yakni teknologi ponsel yang bersinergi dengan kamera (*cyber-shot*), musik (*walkman*), akses internet (*mobile web*), pilihan sesuai gaya (*lifestyle*), dan *best value*. Sehingga konsumen bisa memilih ponsel sesuai dengan kebutuhannya (www.sonyericsson.com).

Pembagian kategori teknologi ponsel tersebut, dilakukan Sony Ericsson dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya sesuai dengan kebutuhan. Biasanya teknologi ponsel seri K(kamera) dan seri W (musik), lebih banyak diminati oleh kalangan mahasiswa.

Adapun segmen dari Sony Ericsson ini yaitu untuk kalangan menengah. Namun Sony Ericsson tidak hanya bermain pada level menengah keatas saja, akan tetapi Sony Ericsson mencoba bersaing di level menengah kebawah. Hal tersebut dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dalam penjualan. Fokus pemasaran Sony Ericsson yaitu segmen anak muda, dimana mereka pada umumnya masih tampil mengikuti trend (www.majalahtrust.com).

Seperti program tahun ini, Sony Ericsson akan meluncurkan 30 model ponsel yang akan difokuskan untuk kelas menengah ke bawah supaya bisa meraih pasar lebih besar lagi serta menjaga citra merek lebih kuat agar lebih diterima konsumen.

Salah satu inovasi *mobile phone* yang diluncurkan oleh Perusahaan Sony Ericsson adalah HP seri K-550i. Ponsel Sony Ericsson K550i berkamera hadir dengan teknologi Cyber-Shot yang memiliki resolusi gambar 2.0 megapixel dan LED *photo light* serta *active lens cover*, *bluetooth* dan *picture blogging*. Segmentasi pasar ponsel Sony Ericsson K550i ini adalah kelas menengah yaitu para mahasiswa yang ingin menggunakan ponsel berkamera dengan harga terjangkau yaitu Rp1.450.000. Sony Ericsson K550i mempunyai ukuran ketebalan 14 mm, dan tersedia dua warna yaitu jet black dan pearl white. Ponsel Sony Ericsson itu juga dilengkapi dengan pemutar musik dan film, Play Now dan FM Radio RDS, serta penyimpanan berupa Memory Stick Micro.

Sony Ericsson K550i ini dikategorikan sebagai ponsel Cyber-Shot. Yang diambil dari nama populer kamera digital Sony. Sony Ericsson K550i juga dikemas dengan kemampuan fotografi yang cukup baik. Walaupun tipe kamera hanya 2 megapixel, tapi cukup memenuhi untuk kemampuan fotografi maupun rekaman video.

3.2 Misi

Misi yang dimiliki adalah memantapkan Sony Ericsson sebagai merek paling menarik dan inovatif dalam industri perangkat bergerak.

3.3 Struktur Organisasi

Pada tanggal 1 November 2007 Hideki (Dick) Komiyama menjadi Presiden Sony Ericsson Mobile Communications dan berkedudukan di kantor perusahaan di London, UK. Hideki (Dick) Komiyama mendapatkan penghargaan 'Best Handset' untuk telepon musik W910 WALKMAN® atas nama perusahaan di Barcelona sewaktu diadakan Mobile World Congress pada Februari 2008

Dick mulai bergabung dengan Sony Ericsson dari Sony Corporation, di Tokyo, Jepang, Dick menduduki 2 jabatan sekaligus, ketika masih menjabat menjadi *executive vice president* dan memimpin strategi penjualan serta pemasaran global Sony. Pada saat yang sama, beliau menjabat sebagai Ketua Dewan Sony Electronics Inc. di A.S.

Sebelumnya, beliau adalah presiden dari Grup Pemasaran Perangkat Elektronik Sony di Tokyo, yang bertanggung jawab untuk penjualan dan pemasaran semikonduktor, perangkat dan komponen secara global. Lalu, Dick menjabat sebagai Presiden dan *Chief Operating Officer Sony Electronics Inc.*

3.4 Produk (Desain dan Teknologi)

Desain ponsel Sony Ericsson menjadi suatu hal yang diutamakan. Desain menjadi suatu proses untuk menciptakan fitur, kemudahan aplikasi, dan penampilan yang menarik.

Desain Sony Ericsson mengedepankan aspek aspek inovatif, eksploratif serta emosi. Hal tersebut ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan Sony

Ericsson yaitu selalu setengah langkah lebih maju dari konsumen, sehingga mereka dapat mengenal gagasan yang dimiliki Sony Ericsson dan terinspirasi olehnya.

Trend mode, pasar dan konsumen secara terus-menerus diperhatikan, seiring dengan trend produk serta teknologi, dan semua ini mempengaruhi dan mencerminkan semua elemen desain Sony Ericsson.

3.5 Tanggung Jawab Sosial

Perlakuan adil terhadap tenaga kerja, pelestarian lingkungan yang proaktif dan keterlibatan langsung dalam komunitas adalah landasan bagi visi Sony Ericsson untuk masa depan yang berkelanjutan.

Dengan memadukan etika yang baik ke dalam semua aspek perusahaan, termasuk manajemen SDM, desain produk, persyaratan pemasok dan program penjangkauan komunitas, Sony Ericsson membantu membangun dunia yang lebih bersih, aman dan mencerdaskan.

Kebijakan etika menjangkau seluruh Sony Ericsson dan bagi para pemasok, sehingga menjamin bahwa semua operasi dilaksanakan dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.

Sony Ericsson komit terhadap perbaikan kualitas lingkungan yang berkesinambungan pada produk dan operasi di seluruh dunia.

Sebagai perusahaan global, Sony Ericsson merasa bangga atas keterkaitannya dengan sejumlah proyek dan peristiwa yang ikut menyumbang perannya sebagai warga korporat yang baik.

3.6 Kesehatan dan keselamatan

Melindungi kesejahteraan Anda

Sony Ericsson komit terhadap standar keselamatan yang tinggi dalam desain produknya. Semua model ponsel Sony Ericsson dirancang secara seksama dan diuji ketat untuk mematuhi standar keselamatan dan peraturan pemerintah mengenai kesehatan dan keselamatan. Standar ini menerapkan keselamatan yang luas untuk memberikan perlindungan kepada publik. Riset yang dilakukan secara ekstensif selama bertahun-tahun belum menemukan bukti mengenai keterkaitan

antara efek kesehatan yang memburuk dan penggunaan ponsel menurut standar dan peraturan tersebut.

Paparan gelombang radio dilengkapi unit pengukuran yang dikenal sebagai Specific Absorption Rate (Tarf Penyerapan Tertentu), atau SAR. Pengujian SAR dilakukan dengan menggunakan metoda standar sementara telepon mentransmisikan tingkat daya tertinggi yang diperbolehkan pada semua jalur frekuensi yang digunakan. Perbedaan dalam nilai SAR antara model telepon tidak mencerminkan perbedaan dalam keamanannya.

3.7 Penghargaan

Telepon W910i Walkman® mendapat peringkat Handset Terbaik pada acara Global Mobile Awards 2008 GSM Association yang ke 13, penghargaan tersebut diselenggarakan untuk menyempurnakan "musik pada selular".

Diluncurkan pada tahun 2007, telepon W910i Walkman® didesain untuk perangkat hiburan, baik itu musik, game 3D, video, atau akses Web berkecepatan tinggi. Telepon ini juga diperlengkapi agar konsumen dapat memilih musik dengan cara yang mereka inginkan. Aplikasi seperti Kontrol goncangan mengaktifkan aplikasi untuk memerintahkan telepon mengontrol game atau melewati dan mengacak di antara trek musik sementara SenseMe™ memungkinkan aplikasi menemukan musik yang sesuai dengan suasana hati dan temponya. Memory Stick Micro™ 1GB yang disediakan dalam kemasan dapat menampung hingga lebih dari 900 lagu. Walaupun Sony Ericsson telah meraih penghargaan tersebut, namun Sony Ericsson tetap bertekad untuk terus mengembangkan produk modern berkualitas tinggi.

Deksripsi Seri Telepon Seluler Sony Ericsson

- D series : Telepon genggam dengan jangkauan low-mid. Operator jaringan T-Mobile yang eksklusif. ("Deutsche Telekom")
- F series : Telepon genggam dengan jangkauan low-mid. Operator jaringan Vodafone and Vodafone partner yang eksklusif.
- J series : Telepon genggam dengan low end candybar. Tidak terdapat fitur kamera. ("Junior")

- K series : Telepon genggam dengan low to high candybar. Terdapat fitur kamera dengan dual front design. Model high-end diberi merek di bawah nama *CyberShot*. ("Kamere" Swedish)
- M series : Mid range Symbian OS smartphones. ("Messaging")
- P series : High end Symbian OS smartphones. ("PDA")
- S series : High-mid end swivel mobile phones. ("Swivel")
- T series : Telepon genggam dengan low to high end tipe candybar dan merupakan operan dari lini dari telepon seluler Ericsson yang dulu. Kemudian bercabang menjadi K series dan J series.
- V series : Telepon genggam dengan jangkauan mid to high end. Operator jaringan Vodafone and Vodafone partner yang eksklusif. ("Vodafone")
- W series : Telepon genggam dengan jangkauan low to high end, diberi merek di bawah nama Walkman. ("Walkman")
- Z series : Telepon genggam yang clamshell dengan jangkauan low to high. ("Ze Bobber" Swedish)

3.8 Penghargaan yang Diperoleh Sony Ericsson

Beberapa Penghargaan yang pernah diraih Sony Ericsson diantaranya adalah:

1. Peluncuran K800 Cyber-Shot™, yang pertama memadukan kamera 3.2 megapixel dengan telepon 3G lengkap, mendapat penghargaan Best 3GSM Handset pada GSM Association's Global Mobile Awards 2007
2. Sony Ericsson Mobile Communication meraih sejumlah penghargaan dari CNET Asia Readers' Choice Awards 2007/08. Di dalam negeri Sony Ericsson juga berhasil meraih banyak penghargaan, seperti pada ajang Golden Ring Awards.

Sony Ericsson keluar sebagai yang terbaik pada CNET Asia Reader's Choice Awards 2007/08, dengan meraih tiga dari empat kategori Best Music Phone. Pada Golden Ring Award, Sony Ericsson berhasil meraih tiga penghargaan yaitu Best Music Phone, Best Entry Level dan Best Phone.

Selain itu Sony Ericsson memperoleh penghargaan ponsel paling laris untuk SE W910i, ponsel dengan desain terbaik untuk SE W880i, ponsel berkinerja terbaik untuk SE W960i, dan ponsel mencipta tren untuk SE W910i.

Di bawah ini daftar penghargaan Indonesia Cellular Award 2008 yang diraih Sony Ericsson: (www.untukku.com)

1. The Best Buy Phone: SE W910i
2. The Best Design Phone: SE W880i
3. The Best Performance Phone: SE W960i
4. The Best Bundelling Phone: Huawei C260i dengan Esia
5. The Best Trendsetter Phone: SE W910i

3.9 Handphone Sony Ericsson K500i

Di kuartal pertama tahun 2007, tepatnya pada bulan Februari, Sony Ericsson meluncurkan ponsel berkamera dengan teknologi Cyber-shot generasi baru Sony Ericsson K550i dengan resolusi gambar 2.0 megapixel ([www.ANTARA News.com](http://www.ANTARA.com)). Ponsel ini diluncurkan agar pengguna tidak akan kehilangan moment untuk diabadikan dengan menggunakan seri ponsel kamera ini.

Segmen handphone seri K550i, Sony Ericsson menasar pasar kelas menengah yaitu para mahasiswa yang ingin menggunakan ponsel berkamera dengan harga terjangkau. Ponsel Sony Ericsson K550i Cyber-shot mempunyai kamera dengan resolusi 2.0 megapixel dengan *autofocus* dan *LED photo light* serta *active lens cover*, *bluetooth* dan *picture blogging*. Sony Ericsson K550i mempunyai ukuran ketebalan 14 mm, dan tersedia dua warna yaitu jet black dan pearl white. Ponsel Sony Ericsson seri ini juga dilengkapi dengan pemutar musik dan film, Play Now dan FM Radio RDS, serta penyimpanan berupa Memory Stick Micro.

Berikut beberapa penjelasan lengkap tentang spesifikasi ponsel Sony seri K550i (www.selular.co.id) :

3.9.1 DESAIN

Dari tampilan luar, seri ini tampak apik. Perpaduan casing plastik warna hitam dan tombol warna silver membuat Sony Ericsson K550i terlihat kokoh. Bentuknya yang mungil dengan dimensi 102 x 46 x 14 mm dan berat 95 gram, K550i terasa nyaman dalam genggaman. Yang menarik, casing penutup baterai didesain dengan dua pengait sehingga gampang dibuka. Slot memori eksternal juga ditutup oleh casing ini, sehingga memori tidak akan gampang terlepas atau hilang. Kekhasan ponsel Cyber-shot juga tak hilang, yakni adanya penutup lensa yang berfungsi sebagai pelindung lapisan luar kamera.

3.9.2 LAYAR

Sony Ericsson K550i menggunakan layar TFD 262.144 warna, berukuran 176 x 220 pixel. Ukuran layarnya mampu menampung 12 menu ikonik pada tampilan menu utama. Kualitas gambar yang ditampilkan terbilang jernih. Terutama saat menampilkan gambar hasil pemotretan.

3.9.3 KEYPAD & TOMBOL

Desain joystick plus tombol menelpon dan mengakhiri telpon dibuat unik dan terkesan segar dengan gaya jam pasir, sehingga terlihat gampang dioperasikan. Di sisi kanan badan ponsel ada beberapa instrumen seperti pengatur volume dan tombol *shortcut* ke kamera. Keypad numeriknya berbentuk garis-garis yang diberi warna silver. Keypadnya terasa agak keras ketika ditekan.

3.9.4 USER INTERFACE

Tampilan menu utama pada Sony Ericsson K550i hampir sama dengan tampilan Sony Ericsson seri lainnya. Dengan 12 menu ikonik yang tertampung di layar. Perpindahan antar menu lumayan cepat. Dibutuhkan waktu kurang dari dua detik untuk berganti menu

3.9.5 KAMERA

Kamera Sony Ericsson K550i bisa difungsikan sebagai alat fotografi dan perekam video. Ketika disetel sebagai alat fotografi, terdapat beberapa fitur seperti pengaturan white balance, shutter sound, hingga pilihan resolusi. Hasil foto bisa diolah dengan beberapa aplikasi misalnya menggunakan Photo DJ. Bagi yang sering membuat blog, Sony Ericsson membekali ponsel ini dengan koneksi langsung ke situs blogger.com. Dengan kekuatan lensa 2 megapixel, kualitas gambar hasil pemotretan terlihat jernih.

3.9.6 VIDEO

Selain untuk fotografi, Sony Ericsson K550i juga bisa digunakan sebagai alat rekam video. Panjang durasi rekaman tergantung dari ketersediaan kapasitas di memori. Ketika diplay back, gambarnya masih terlihat delay. Namun kualitas suara yang terekam, terdengar dengan baik. Tersedia juga aplikasi Video DJ, untuk mengedit rekaman video sesuai keinginan kita.

3.9.7 INTERNET

Selancar ke internet terbilang nyaman dengan ponsel quadband. Dukungan akses EDGE dan GPRS kelas 10 membuat kita dapat berselancar di dunia maya dan mengakses situs dengan leluasa. Ketika diuji coba masuk ke situs operator, membutuhkan waktu tak lebih dari empat detik untuk masuk ke menu utama. Setingan internet pada Sony Ericsson K550i sudah otomatis, sehingga memudahkan Anda ketika berganti-ganti operator.

3.9.8 PEMUTAR MUSIK

Untuk hiburan, Sony Ericsson K550i punya sejumlah fitur. Salah satunya pemutar musik. Pemutar musik Sony Ericsson K550i memiliki sejumlah menu seperti pengaturan berdasarkan artis, track dan playlist. Agar suara maksimal, sebaiknya gunakan headset, karena Sony Ericsson K550i hanya memiliki satu speaker. Dengan dukungan teknologi bluetooth A2DP, Anda dapat mendengarkan musik melalui headset nirkabel.

3.9.9 GAMES

Alternatif hiburan yang dapat diandalkan adalah pada fasilitas gamenya. Tersedia beberapa games yang dibenamkan pada Sony Ericsson K550i. Salah

satunya adalah game klasik Quadra Pop. Anda juga bisa mendownload game melalui situs Sony Ericsson. Namun jangan sampai lupa keterbatasan memori yang tersedia pada ponsel.

3.9.10 KONEKTIVITAS

Untuk berhubungan dengan perangkat lain, Sony Ericsson K550i mengandalkan koneksi nirkabel bluetooth dan Infra red. Untuk transfer file melalui PC bisa menggunakan kabel data USB. Untuk urusan konektivitas, ponsel ini lumayan lengkap.

3.9.11 MESSAGING

Fitur *messaging* yang dapat dilakukan dengan Sony Ericsson K550i antara lain SMS, MMS dan E-mail. Keypadnya yang tidak keras menambah kenyamanan saat melakukan kegiatan berkirim pesan. Layarnya mampu menampung 8 baris teks pesan. Sony Ericsson K550i mampu menampung lebih dari 160 karakter untuk pengiriman SMS.

3.9.12 FLASH

Di bagian belakang ponsel, terdapat dua lampu flash yang menyertai fasilitas kamera. Lampu-lampu tersebut bisa difungsikan sebagai lampu senter. Penyetelannya pun bisa disesuaikan, misalnya aktif terus menerus, aktif semenit, atau berkedip untuk mode SOS. Untuk menggunakannya, terdapat pada menu organizer.

3.9.13 BATERAI

Dengan beragam fasilitas yang menyertainya, Sony Ericsson K550i dibekali dengan baterai Lithium Ion 950 mAh. Dari pengujian, digunakan untuk multi aplikasi selama dua hari bar baterai hanya berkurang separuh dari pengisian penuh

3.9.14 KINERJA

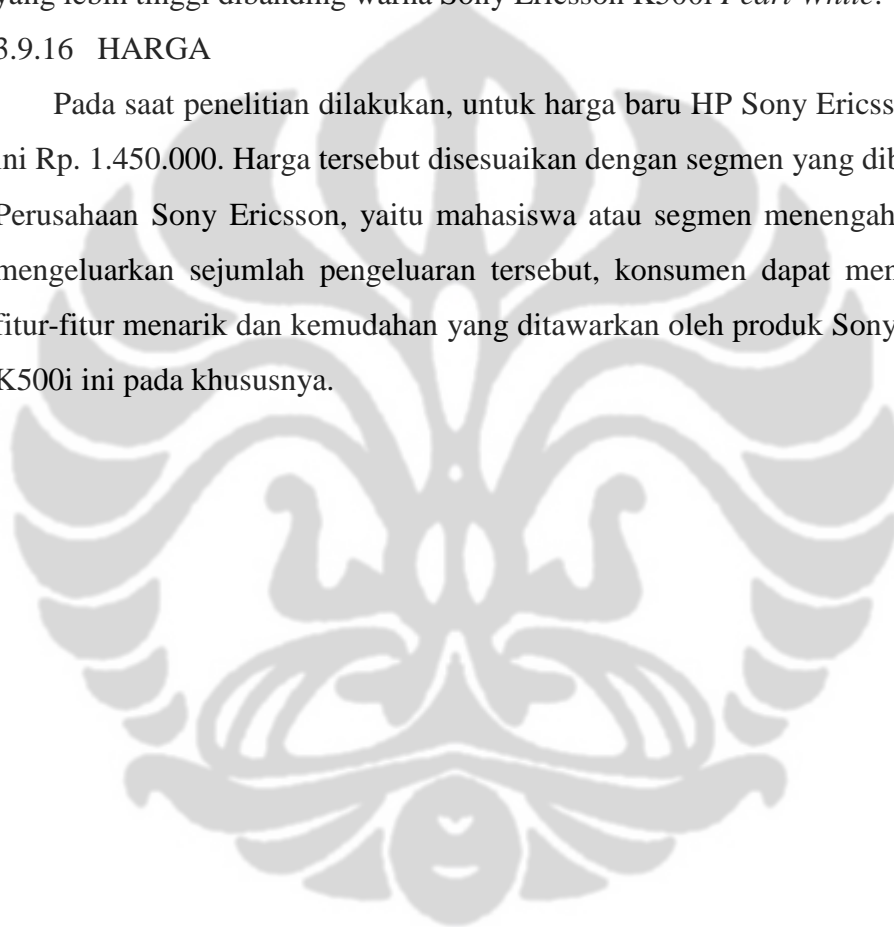
Sony Ericsson K550i merupakan ponsel yang kaya akan fitur. Mulai dari fasilitas kamera, multimedia. Hiburan dan juga konektivitas. Ketika diuji, semua fitur berjalan dengan baik. Saat digunakan untuk menelpon, kualitas suara yang keluar terbilang jernih.

3.9.15 WARNA

Sejak diluncurkannya pada kuartal pertama tahun 2007 yang lalu, tipe *handphone* Sony Ericsson K550i ini tersedia dalam beberapa warna, yaitu *Jet Black, Plum Ruby, Pearl White, Sophisticated Silver*. Seperti halnya untuk *handphone* Sony Ericsson, warna mempengaruhi harga jual yang tinggi, yaitu untuk warna *Jet Black, Plum Ruby* Sony Ericsson K550i memiliki harga beli yang lebih tinggi dibanding warna Sony Ericsson K500i *Pearl White*.

3.9.16 HARGA

Pada saat penelitian dilakukan, untuk harga baru HP Sony Ericsson K550i ini Rp. 1.450.000. Harga tersebut disesuaikan dengan segmen yang dibidik oleh Perusahaan Sony Ericsson, yaitu mahasiswa atau segmen menengah. Dengan mengeluarkan sejumlah pengeluaran tersebut, konsumen dapat mendapatkan fitur-fitur menarik dan kemudahan yang ditawarkan oleh produk Sony Ericsson K500i ini pada khususnya.



BAB 4

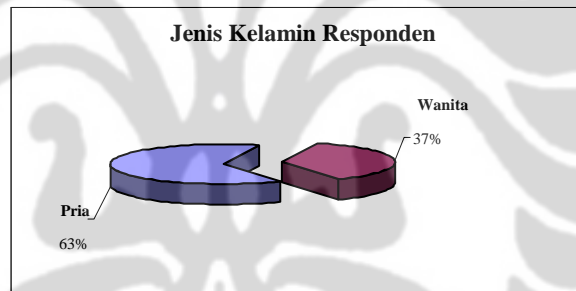
ANALISIS HASIL PENELITIAN

Analisis data merupakan proses penguraian data untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang latar belakang dan kecenderungan-kecenderungan dari berbagai aspek, dengan cara mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data.

4.1 Karakteristik Responden

4.1.1 Jenis Kelamin Responden

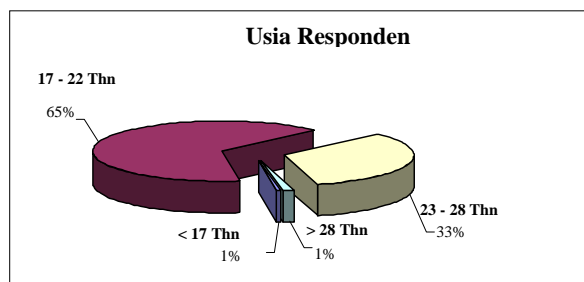
Dari 120 responden, sebanyak 48 orang (40% dari sampel) berjenis kelamin laki-laki. Sisanya berjumlah 72 orang (60% dari sampel) berjenis kelamin perempuan. Hasil penelitian terlihat pada gambar 4.1 berikut ini:



Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

4.1.2 Usia Responden

Dari segi sebaran usia responden, ada 2 orang (2 %) yang berusia kurang dari 17 tahun, 3 orang (3 %) yang berusia lebih dari 28 tahun. 35 orang (29 %) berusia antara 23 – 28 tahun. dan usia responden yang paling banyak yaitu usia antara 17-22 tahun, yaitu 80 orang (66 %). Seperti pada gambar 4.2

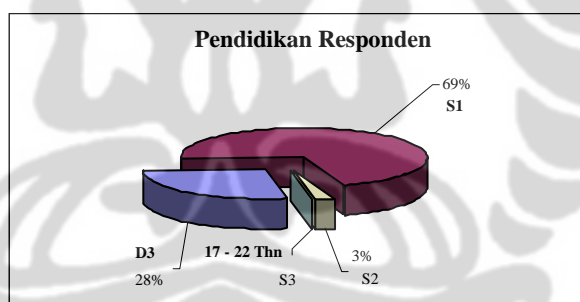


Gambar 4.2 Usia Responden

Dari hasil yang ada dapat dilihat bahwa usia responden yang terbesar adalah usia responden 17-22 tahun. Hal ini menunjukkan kisaran usia tersebut sesuai objek penelitian yang dilakukan pada mahasiswa FISIP UI, karena rata-rata usia mahasiswa FISIP UI berkisar 17-22 tahun.

4.1.3 Pendidikan Responden

Sebanyak 33 orang (28% dari sampel) berpendidikan D3, 84 orang (69% dari sampel) berpendidikan S1, 3 orang (3% dari sampel) berpendidikan S2, dan tidak ada yang berpendidikan S3. (0% dari sampel). (Lihat gambar 4.3)



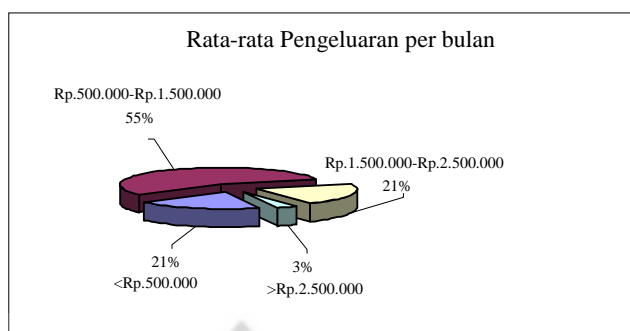
Gambar 4.3 Pendidikan Responden

Dari hasil yang ada menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak 69% untuk pendidikan S1, hal ini karena peneliti menarik sampel khusus untuk mahasiswa FISIP UI.

4.1.4 Rata-rata pengeluaran perbulan

Sebanyak 29 Orang (24% dari sampel) rata-rata pengeluaran perbulan kurang dari Rp.500.000, untuk rata-rata pengeluaran Rp 500.000 – Rp 1.500.000 ada sebanyak 64 responden (53% dari sampel). 21 Orang (18% dari sampel) memiliki rata-rata pengeluaran perbulan antara Rp 1.500.000 – Rp

2.500.000. dan 6 orang (5% dari sampel) rata-rata pengeluaran perbulan > Rp.2.500.000. seperti terlihat dalam gambar 4.4

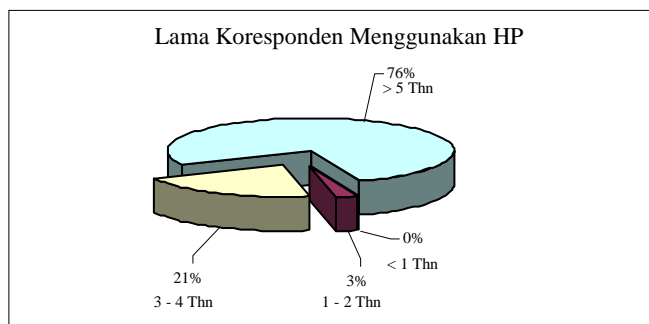


Gambar 4.4 Rata-rata Pengeluaran Perbulan

Dari hasil yang ada menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran responden berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.500.000. Rata-rata pengeluaran tersebut sesuai dengan kondisi mahasiswa FISIP UI yang belum bekerja dan tidak memiliki penghasilan. Hal ini memberikan gambaran jika dilihat dari jumlah pengeluaran perbulan dengan daya beli responden, bahwa rata-rata responden memiliki kemampuan daya beli yang cenderung cukup mampu untuk membeli *handphone* Sony Ericsson K550i, melihat harga *handphone* Sony Ericsson K550i yang terjangkau untuk segmen mahasiswa (Rp. 1.400.000). Jika dilihat dari komposisi pengeluaran tersebut menunjukkan gambaran rata-rata per bulannya, sehingga memungkinkan responden memasukkan anggaran pembelian *handphone* ke dalam pengeluaran rutin setiap bulannya sampai responden tersebut dapat membeli *handphone* Sony Ericsson K550i, sehingga rincian besar pengeluaran perbulan terdiri dari anggaran pembelian *handphone* Sony Ericsson yang dibagi dalam beberapa bulan dan pengeluaran konsumsi dan rutin lainnya.

4.1.5 Lama Menggunakan *Handphone*

Sebanyak 92 orang (76 % dari sampel) menggunakan *handphone* lebih dari 5 tahun. 25 orang (21% dari sampel) sudah menggunakan *handphone* selama 3 – 4 tahun. 3 orang (3% dari sampel) sudah menggunakan *handphone* selama 1 – 2 tahun. Dan tidak ada responden yang menggunakan *handphone* < 1 tahun (0%). Seperti yang terlihat dalam gambar 4.5 berikut:

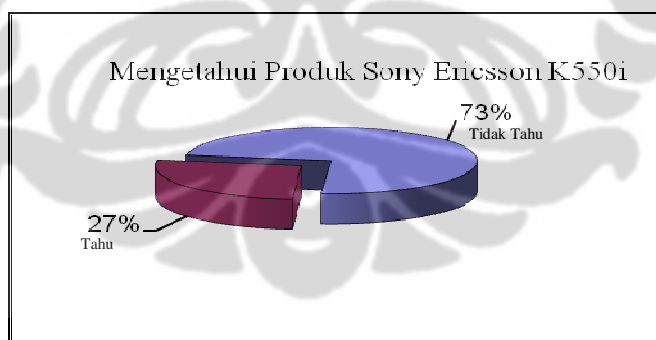


Gambar 4.5 Lama Menggunakan *handphone*

Dari hasil yang ada dapat dilihat bahwa mahasiswa FISIP UI sebanyak 76% telah menggunakan *handphone* lebih dari 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sejak dulu pada umumnya *handphone* sudah dijadikan bagi tiap orang sebagai kebutuhan utama, dan bagi mahasiswa FISIP pada khususnya. Karena fungsi *handphone* bukan hanya untuk alat komunikasi semata, namun dapat memberikan kemudahan dan hiburan bagi penggunanya.

4.1.6 Mengetahui *Handphone* Sony Ericsson K550i

Sebanyak 88 orang (73% dari sample) tidak mengetahui produk *handphone* Sony Ericsson K550i, dan 32 orang (27% dari sample) mengetahui produk *handphone* Sony Ericsson K550i. Seperti yang terlihat pada gambar 4.6 berikut:



Gambar 4.6 Mengetahui *handphone* Sony Ericsson K550i

Dari hasil yang ada dapat dilihat bahwa 73% dari mahasiswa FISIP, tidak mengetahui produk *handphone* Sony Ericsson K550i. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswa FISIP tidak mengetahui produk *handphone* Sony Ericsson K550i, karena memang produk *handphone* Sony Ericsson tipe K550i ini tidak dipublikasikan lewat media yang sering dilihat

oleh responden, seperti pada iklan Televisi atau papan reklame. Namun hanya terbatas ada di media cetak, seperti tabloid yang membahas tentang ponsel, oleh karena itu mungkin responden yang tidak tahu produk ini merupakan responden yang tidak pernah membaca atau menemukan referensi *handphone* Sony Ericsson K550i, baik lewat media ataupun teman yang pernah atau sedang menggunakan *handphone* Merk ini.

4.2 Validitas dan Reabilitas Pretest

Sebelumnya peneliti telah menyebarkan 30 kuesioner kepada Responden. Pretest ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar validitas dari kuesioner yang telah di buat. Alat ukurnya yaitu seberapa besar responden dapat memahami maksud dari pertanyaan penelitian. Dari 30 kuesioner tersebut dapat digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas dari kuesioner penelitian. Proses perhitungan validitas bertujuan untuk mereduksi pernyataan yang dianggap tidak valid. Selanjutnya penelitian dilakukan dengan menggunakan pernyataan yang berdasarkan proses validitas.

4.2.1 Validitas Pretest

Analisis tahap pertama dilakukan dengan analisis faktor (*factor analysis*). Tahap selanjutnya menggunakan analisis reliabilitas. Analisa faktor dilakukan pada masing- masing indikator. Seleksi indikator untuk variabel dilakukan berdasarkan nilai validitasnya. Selanjutnya akan dijelaskan nilai reliabilitas dari masing – masing model pengukuran. Jika sudah dilakukan penghitungan validitas dan reliabilitas tersebut terdapat nilai yang rendah, berarti pernyataan di dalam kuesioner tersebut sulit dipahami oleh responden. Untuk itu, harus dilakukan perbaikan pada indikator dari instrumen penelitian tersebut.

Uji validitas ini dilakukan untuk menguji ketepatan suatu item dalam pengukuran intrumennya. Validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument.

Tabel 4.1
Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy, Barlett Test of Sphericity
dan Total Varians yang Dijelaskan Model Pretest

No	Dimensi Penelitian	KMO MSA	Signifikansi Bartlett' Test of Sphericity	Total Variansi Dijelaskan(%)
1	Mutu/ Kualitas produk	.733	.000	50.700%
2	Pelayanan produk	.762	.000	62.256%
3	Kemasan	.829	.000	61.971%
4	Merek	.506	.000	62.952%
5	Harga	.631	.000	67.324%
6	Minat Pembelian	.631	.000	67.450%

Sumber: Hasil olahan peneliti

Hasil pengujian KMO adalah 0.5, untuk *Barlett Test Of Sphericity* minimal adalah 0.05, sedangkan untuk variansi sebesar 60%. Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai variansi untuk dimensi mutu/kualitas tidak memenuhi standar yang ditetapkan, yaitu kurang dari 60%.

4.2.1.1 Dimensi Mutu/Kualitas Produk

Validitas dimensi mutu/kualitas Produk *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Hasil Validitas Pre-Test Dimensi Mutu/Kualitas Produk

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	<i>Handphone</i> Sony Ericsson K550i memiliki daya tahan perangkat yang kuat	.820	.683
2	<i>Handphone</i> Sony Ericsson K550i memiliki fitur yang bervariasi	.797	.662
3	<i>Handphone</i> sony Ericsson memiliki bobot yang sesuai	.680	.683
4	Sony Ericsson K550i memiliki <i>Navi Key</i> untuk kemudahan	.708	.868
5	Sony Ericsson K550i memiliki kelengkapan Asesoris sesuai kebutuhan pengguna	.691	.760
6	Sony Ericsson K550i memiliki kualitas suara yang jernih	.779	.584

Sumber: Hasil olahan peneliti

Setelah melalui *data reduction*, tidak ada indikator yang memiliki *Anti-Image* di bawah .500, dan *factor loading* lebih dari .700. Kecuali untuk indikator 4 dan 5 memiliki *Anti-Image* di atas .500 dan *factor loading* lebih dari .700. Untuk indikator-indikator yang kurang, tidak akan peneliti munculkan lagi di pernyataan kuesioner, karena maksud pertanyaan kurang dipahami atau kurang diketahui dengan baik oleh responden.

4.2.1.2 Dimensi Merk Produk

Validitas dimensi merk Produk *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3
Hasil Validitas Pre-Test Dimensi Merk Produk

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	Merk Sony Ericsson mudah di ingat	.503	.951
2	Sony Ericsson menawarkan <i>handphone</i> dalam beberapa seri <i>handphone</i> yang menggambarkan representasi kelas pengguna	.504	.938
3	<i>handphone</i> Sony Ericsson K550i ditujukan untuk segmen kelas menengah	.595	.322

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dimensi merek dianggap valid karena setelah melalui *data reduction* tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Anti-Image* di bawah .500. Namun untuk indikator ke 3 memiliki *factor loading* di bawah .700. Untuk itu indikator ke 3 dihilangkan.

4.2.1.3 Dimensi kemasan Produk

Validitas Dimensi kemasan Produk *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Hasil Validitas Pre-Test Dimensi Kemasan Produk

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	Warna <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i menarik	.909	.757
2	Desain <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i beragam	.869	.802
3	Casing <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i kuat	.828	.821
4	Bentuk K550i nyaman digunakan (ergonomis)	.786	.880
5	Tipe masing-masing seri <i>handphone</i> Sony Ericsson memudahkan pemilihan sesuai keinginan	.804	.721
6	Prosedur pengoperasian <i>handphone</i> K550i lengkap terdapat pada kemasan produk	.801	.730

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dimensi kemasan dianggap valid karena setelah melalui *data reduction*, tidak ada indikator yang memiliki nilai *Anti-Image* di bawah .500. Dan untuk *factor loading*, tidak ada pernyataan yang kurang dari .700.

4.2.1.4 Dimensi Harga Produk

Validitas dimensi harga Produk *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Hasil Validitas Pre-Test Dimensi Kemasan Produk

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	Harga <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	.593	.849
2	Harga asesoris <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	.655	.856
3	Harga <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya	.673	.852
4	Harga Asesoris <i>handphone</i> Sony ericsson sesuai dengan kualitasnya	.599	.717

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dimensi harga dianggap valid karena setelah melalui *data reduction* tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Anti-Image* di bawah .500. Demikian pula dengan *factor loading*, tidak ada pernyataan yang memiliki nilai di bawah .700.

4.2.1.5 Dimensi Pelayanan Produk

Validitas variabel pelayanan Produk *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Hasil Validitas Pre-Test Dimensi Pelayanan Produk

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	K550i memiliki garansi dari toko penjual	.792	.742
2	K550i memiliki layanan garansi perusahaan	.729	.846
3	Customer Service Sony Ericsson profesional dalam menjalankan tugasnya	.885	.524
4	Sony Ericsson memberikan informasi batasan-batasan garansi dari perusahaan	.707	.855
5	Sony Ericsson mempunyai fasilitas tempat pengaduan komplain yang jelas	.727	.861
6	Outlet servis resmi Sony Ericsson banyak tersebar di Jabodetabek	.843	.850

Sumber: Hasil olahan peneliti

Variabel pelayanan Produk dianggap valid karena setelah melalui *data reduction* tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Anti-Image* di bawah .500. Untuk *factor loading*, indikator 3 memiliki nilai kurang dari .700. indikator 3 tidak akan peneliti munculkan lagi di pernyataan kuesioner, karena maksud pertanyaan tidak dipahami dengan baik oleh responden.

4.2.1.6 Variabel Minat Pembelian

Validitas variabel minat pembelian *handphone* Sony Ericsson K550i dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Hasil Validitas Pre-Test Variabel Minat Pembelian

No	Indikator	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
1	Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.718	.805
2	Saya mencari informasi lengkap tentang <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.596	.830
3	Saya membandingkan keunggulan <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i dengan produk lain	.651	.798
4	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.584	.849
5	Saya Ingin memiliki <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.635	.823

Sumber: Hasil olahan peneliti

Variabel minat pembelian dianggap valid karena setelah melalui *data reduction* hampir tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Anti-Image* di bawah .500. Demikian pula dengan *factor loading*, tidak ada pernyataan yang memiliki nilai di bawah .700.

4.2.2 Reliabilitas Indikator Pre-Test

Nilai Batas minimal reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,6 (Malhotra). Seperti hasil analisis reliabilitas indikator penelitian yang terlihat pada tabel 4.8:

Tabel 4.8
Ukuran Realibilitas Variabel dan Dimensi Cronbach Alpha

No	Indikator Penelitian	Cronbach Alpha
1	Kualitas Produk	.809
2	Pelayanan Produk	.869
3	Kemasan	.875
4	Merek	.636
5	Harga	.837
6	Minat Pembelian	.873

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa semua indikator penelitian mempunyai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua dimensi reliabel.

4.3 Analisis Data Deskriptif

Pada bagian ini, akan dijelaskan hasil perhitungan deskriptif mengenai dimensi atribut produk *handphone* Sony K550i dan minat beli konsumen. Selain itu akan dijelaskan mengenai besarnya rata-rata dan modus indikator pada masing-masing dimensi.

4.3.1 Analisis Deskriptif Dimensi Mutu/Kualitas Produk

Tabel 4.10
Nilai Mean pada Dimensi Mutu/ Kualitas Produk
handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	Sony Ericsson K550i memiliki <i>Navi</i> Key untuk kemudahan	3.19
2	Sony Ericsson K550i memiliki kelengkapan Asesoris sesuai kebutuhan pengguna	3.38

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada indikator pertama yaitu “Sony Ericsson K550i memiliki *Navi Key* untuk kemudahan”, memiliki nilai mean sebesar 3.19, yang berarti bahwa rata-rata responden setuju terhadap fasilitas *navi key* yang membantu responden untuk memudahkan pemakaian. Untuk indikator kedua yaitu “Sony Ericsson K550i memiliki kelengkapan Asesoris sesuai kebutuhan pengguna” memiliki nilai mean sebesar 3.38 yang berarti bahwa responden cenderung setuju terhadap kelengkapan Asesoris *handphone* Sony Ericsson K550i sesuai kebutuhan responden.

Berdasarkan dimensi mutu, indikator kedua memiliki nilai mean terbesar. Indikator kedua memiliki mean terbesar karena responden cenderung lebih menyetujui dengan kelengkapan asesoris yang dimiliki *handphone* Sony Ericsson K550i dibandingkan kemudahan *Navi Key* Sony Ericsson K550i yang terdapat pada indikator pertama. Walaupun setelah melihat spesifikasi Sony Ericsson K550i yang telah dilampirkan oleh peneliti pada kuesioner yang ada, namun responden melihat *Navi Key* yang ada masih belum memberikan kemudahan yang diharapkan oleh responden, hal ini dikarenakan kebanyakan responden tidak mengetahui secara real fisik *handphone* jenis tersebut, sehingga ketika menjawab kemudahan *navi key* yang tersedia, responden kurang begitu yakin dengan kemudahan *navi key* yang ada pada *handphone* Sony Ericsson K550i.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata persetujuan untuk dimensi mutu produk berkisar antara 3.19 dan 3.38 yang berarti bahwa rata-rata respon responden netral terhadap dimensi mutu Sony Ericsson K550i, karena karena kebanyakan dari responden tidak mengetahui sama sekali tentang produk *handphone* Sony Ericsson K550i, sehingga informasi yang didapat hanya melalui *detail spesifcation* yang dilampirkan bersamaan dengan kuesioner.

4.3.2 Analisis Deskriptif Dimensi Merk Produk

Tabel 4.11

Nilai Mean pada Dimensi Merk Produk

handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	Merk Sony Ericsson mudah di ingat	3.85
2	Sony Ericsson menawarkan <i>handphone</i> dalam beberapa seri <i>handphone</i> yang menggambarkan representasi kelas pengguna	3.93

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari hasil yang ada dapat dilihat bahwa untuk indikator pertama yaitu “Merk Sony Ericsson mudah di ingat”, memiliki nilai mean 3.85 yang artinya bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan indikator pertama. Sedangkan untuk indikator kedua yaitu “Sony Ericsson menawarkan *handphone* dalam beberapa seri *handphone* yang menggambarkan representasi kelas pengguna” memiliki nilai mean 3.93, yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tersebut.

Berdasarkan dimensi merk, indikator kedua memiliki nilai mean terbesar yang menyatakan setuju dengan *handphone* Sony Ericsson memiliki beberapa tipe yang menggambarkan representasi kelas pengguna. Walaupun indikator pertama yang dinilai lebih mudah diketahui oleh responden, namun indikator kedua memiliki nilai Merk yang lebih dibanding indikator pertama, hal ini berarti bahwa pembagian *handphone* kedalam beberapa tipe menjadi sesuatu *differensiasi* yang dimiliki oleh Sony Ericsson. Seperti halnya tipe W902 dan W200i, dari 2 tipe *handphone* tersebut sama-sama diperuntukkan untuk konsumen yang senang mendengarkan musik, namun masing-masing tipe W902 dan W200i memiliki segmentasi kelas yang berbeda, yaitu tipe W902 ditujukan untuk segmen kelas atas, karena harga *handphone* tipe tersebut berkisar Rp. 4.890.000 sedangkan untuk tipe W200i ditujukan untuk segmen kelas menengah atau bawah, karena hanya dengan mengeluarkan dana yang kurang lebih sebesar Rp. 1.095.000, konsumen sudah dapat memiliki *handphone* tipe W200i. Perbedaan harga tersebut

menunjukkan representasi kelas pengguna membuat perbedaan tersendiri bagi merk Sony Ericsson.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata persetujuan berkisar antara 3.85 dan 3.93 yang berarti bahwa rata-rata respon responden terhadap Merk Sony Ericsson setuju karena responden sudah mengetahui keunggulan *handphone* Sony Ericsson, walaupun telah diketahui Sony Ericsson bukan *provider* yang terbaik saat ini, namun hal ini dikarenakan nama SONY sendiri sudah cukup dikenal konsumen sebagai salah satu merek terkenal dan sudah diakui kualitasnya dalam memproduksi barang-barang elektronik. Maka dapat disimpulkan secara umum responden memiliki respon yang baik terhadap merk produk *handphone* Sony Ericsson, Merk Sony Ericsson dinilai juga sudah memiliki nama dihati responden dengan perbedaan keunggulan dibanding *provider* Merk lain. Selain itu sony juga mempunyai berbagai macam segmen dan kelas yang mencerminkan perbedaan fitur dan kegunaan. Seperti seri W yang lebih mengedepankan konsumen yang suka mendengarkan musik, namun Sony Ericsson tetap membuat menjadi beberapa segmen kelas pengguna untuk seri W (Walkman) ini, sehingga setiap orang dapat tetap menggunakan seri W dengan berbagai macam harga dan fitur yang berbeda namun tetap mengedepankan kualitas.

4.3.3 Analisis Deskriptif Dimensi Kemasan Produk

Tabel 4.12

Nilai Mean pada Dimensi Kemasan Produk

handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	Warna <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i menarik	3.28
2	Desain <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i beragam	3.12
3	<i>handphone</i> Sony Ericsson K550i kuat	3.28
4	Bentuk K550i nyaman digunakan (ergonomis)	3.19
5	Tipe masing-masing seri <i>handphone</i> Sony Ericsson memudahkan pemilihan sesuai keinginan	3.40
6	Prosedur pengoperasian <i>handphone</i> K550i lengkap terdapat pada kemasan produk	3.23

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa indikator pertama yaitu "Warna *handphone* Sony Ericsson K550i menarik", memiliki mean 3.28 yang berarti bahwa kemasan Sony Ericsson K550i menarik, dengan rata-rata jawaban responden yang cenderung netral terhadap pernyataan tersebut. Begitu pula dengan indikator kedua "Desain *handphone* Sony Ericsson K550i beragam" memiliki nilai mean 3.12 berarti bahwa responden cenderung netral untuk pernyataan indikator kedua. Untuk indikator ketiga dan keempat, yang masing-masing memiliki pernyataan "*handphone* Sony Ericsson K550i kuat" dan "Bentuk K550i nyaman digunakan (ergonomis)", memiliki nilai mean cukup setuju, yaitu 3.28 dan 3.19. Untuk indikator kelima yaitu "Tipe masing-masing seri *handphone* Sony Ericsson memudahkan pemilihan sesuai keinginan", memiliki nilai mean 3.40, hal ini berarti bahwa rata-rata responden setuju dengan pernyataan tersebut. Indikator terakhir yang ada di dimensi kemasan yaitu "Prosedur pengoperasian *handphone* K550i lengkap terdapat pada kemasan

produk”, memiliki nilai mean 3.23 yang artinya bahwa rata-rata responden cenderung terhadap pernyataan tersebut. Hal ini peneliti analisa dikarenakan responden yang diambil sampelnya adalah bukan pengguna, sedangkan prosedur pengoperasian lengkap tidak dijelaskan dalam spesifikasi yang dijadikan lampiran pada penyebaran kuesioner, namun hanya bisa didapatkan ketika konsumen membeli produk tersebut.

Dari dimensi kemasan, indikator kelima yaitu “Tipe masing-masing seri *handphone* Sony Ericsson memudahkan pemilihan sesuai keinginan” memiliki nilai mean terbesar, yaitu 3.40. Hal ini memberikan gambaran bahwa Sony Ericsson mengemas produk *handphone* ke dalam beberapa seri lebih diketahui responden, walaupun responden tidak mendapatkan pada iklan di media Televisi, namun tipe *handphone* Sony Ericsson sudah menjadi karakteristik tersendiri yang diketahui responden. Konsumen sudah mengetahui bahwa sony seri W itu diperuntukan bagi konsumen yang suka mendengarkan musik dan seri K bagi konsumen yang lebih suka mengabadikan moment penting dengan mengambil gambar atau rekaman video.

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata tingkat persetujuan berkisar antara 3.12 dan 3.40 yang berarti bahwa rata-rata respon responden netral dengan kemasan *handphone* Sony Ericsson K550i. Hal ini disebabkan karena keseluruhan kemasan yang meliputi warna, bentuk, dan prosedur pengoperasian hanya bisa dilihat langsung ketika responden pernah mengetahui kemasan produk *handphone* Sony K550i, bukan karena responden menjadi pengguna namun dapat mengetahui *handphone* tipe tersebut, namun ketika ada rekan kerja atau keluarga yang pernah membeli *handphone* Sony Ericsson K550i.

4.3.4 Analisis Deskriptif Dimensi Harga Produk

Tabel 4.13

Nilai Mean pada Dimensi Harga Produk

handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	Harga <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	3.44
2	Harga asesoris <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	3.31
3	Harga <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya	3.46
4	Harga asesoris <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya	3.35

Sumber: Hasil olahan peneliti

Jika dilihat dari mean masing-masing indikator, pernyataan “Harga *handphone* Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah” dan “Harga *handphone* Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitas”, menunjukkan responden setuju yaitu 3.44 dan 3.46. Sedangkan untuk indikator “Harga asesoris *handphone* Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah” dan “Harga asesoris *handphone* Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitas”, memiliki mean 3.31 dan 3.35, yang berarti bahwa rata-rata responden setuju terhadap indikator kedua dan keempat.

Dari dimensi harga, indikator ketiga yaitu “Harga *handphone* Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya” memiliki nilai mean tertinggi yaitu 3.46. yang berarti responden cenderung netral terhadap keempat indikator, namun dapat dilihat untuk indikator mengenai harga Produk *handphone* Sony Ericsson sesuai dengan kualitas memiliki mean yang paling tinggi dibanding indikator lain. Hal ini dikarenakan, responden sudah banyak mengetahui bahwa *handphone* Sony Ericsson yang merupakan merk yang memiliki *value of money*. Konsumen sudah menyadari bahwa harga yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan.

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata tingkat persetujuan berkisar antara 3.31 dan 3.46. Yang artinya bahwa rata-rata respon

responden cukup setuju terhadap harga *handphone* Sony Ericsson K550i, dilihat dari segi fitur dan kualitas sangat sebanding dengan harga yang dikeluarkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi persetujuan terhadap harga produk Sony Ericsson K550i, suatu penilaian yang wajar ketika kebanyakan responden tidak mengetahui produk tersebut, karena peneliti hanya melampirkan harga *handphone* Sony Ericsson K550i saja, dan tidak melampirkan harga untuk semua tipe *handphone* Sony Ericsson, sehingga kebanyakan responden menjawab netral, namun dengan didapatkan hasil rata-rata persetujuan tersebut, sudah dapat memberikan gambaran bahwa harga *handphone* Sony Ericsson sebanding dengan kualitas yang ada, karena kesesuaian harga dilihat dari jumlah biaya yang dikeluarkan dengan spesifikasi dan fitur yang ada pada produk *handphone* tersebut.

4.3.5 Analisis Deskriptif Dimensi Pelayanan Produk

Tabel 4.14
Nilai Mean pada Dimensi Pelayanan Produk
handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	K550i memiliki garansi dari toko penjual	3.73
2	K550i memiliki layanan garansi perusahaan	3.78
3	Sony Ericsson memberikan informasi batasan-batasan garansi dari perusahaan	3.46
4	Sony Ericsson mempunyai fasilitas tempat pengaduan komplain yang jelas	3.47
5	Outlet servis resmi Sony Ericsson banyak tersebar di Jabodetabek	3.51

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari indikator pertama yaitu "K550i memiliki garansi dari toko penjual", memiliki nilai mean 3.73 yang berarti bahwa rata-rata persetujuan jawaban menunjukkan hasil setuju bahwa ada layanan garansi dari toko penjual ketika membeli produk *handphone* Sony Ericsson K550i, untuk indikator kedua yaitu

“K550i memiliki layanan garansi perusahaan”, juga menunjukkan hasil setuju dengan nilai mean 3.78. Untuk indikator ketiga dan keempat yaitu memiliki nilai mean yang menyatakan responden setuju, yaitu “Sony Ericsson memberikan informasi batasan-batasan garansi dari perusahaan”, dan “Sony Ericsson mempunyai fasilitas tempat pengaduan komplain yang jelas”. Yang memiliki nilai mean masing-masing 3.46 dan 3.47. Sedangkan untuk indikator terakhir pada dimensi kemasan yaitu “Outlet servis resmi Sony Ericsson banyak tersebar di Jabodetabek” memiliki nilai mean 3.51 yang berarti bahwa rata-rata responden setuju terhadap pernyataan indikator ini.

Dari dimensi harga, indikator kedua “K550i memiliki layanan garansi perusahaan”, memiliki mean terbesar yaitu 3.78, yang artinya bahwa layanan garansi perusahaan sudah dimiliki oleh Sony Ericsson K550i dengan kebanyakan jawaban responden cenderung Setuju dengan pernyataan tersebut. Karena layanan garansi perusahaan dalam pembelian suatu produk menjadi fasilitas yang memang seharusnya didapatkan oleh seorang konsumen.

Dari tabel dimensi harga, dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata tingkat persetujuan berkisar antara 3.46 dan 3.78 yang berarti bahwa rata-rata responden sudah setuju terhadap pelayanan yang diberikan oleh *handphone* Sony Ericsson K550i, baik yang di dapat dari garansi toko, garansi perusahaan, outlet resmi, serta kemudahan pengaduan layanan yang tersebar di jabodetabek.

4.3.6 Analisis Deskriptif Dimensi Minat Beli Produk

Tabel 4.15

Nilai Mean pada Dimensi Minat Beli Produk

handphone Sony Ericsson K550i

No	Indikator	Mean
1	Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang <i>handphone Sony Ericsson K550i</i>	2.80
2	Saya mencari informasi lengkap tentang <i>handphone Sony Ericsson K550i</i>	2.63
3	Saya membandingkan keunggulan <i>handphone Sony Ericsson K550i</i> dengan produk lain	3.33
4	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>handphone Sony Ericsson K550i</i>	2.76
5	Saya ingin memiliki <i>handphone Sony Ericsson K550i</i>	2.57

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa indikator pertama yaitu “Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang *handphone Sony Ericsson K550i*” memiliki nilai mean 2.80 yang berarti bahwa rata-rata persetujuan respon responden tidak setuju untuk mengetahui lebih lanjut tentang *handphone Sony Ericsson K550i*. Untuk indikator kedua yaitu “Saya mencari informasi lengkap tentang *handphone Sony Ericsson K550i*”, memiliki nilai mean 2.63, yang berarti bahwa rata-rata respon responden ragu-ragu dengan pernyataan tersebut. Indikator ketiga yaitu “Saya membandingkan keunggulan *handphone Sony Ericsson K550i* dengan produk lain” memiliki nilai mean 3.33 yang berarti bahwa rata-rata responden netral terhadap pernyataan ini. Indikator keempat yaitu “Saya akan mempertimbangkan untuk membeli *handphone Sony Ericsson K550i*”, memiliki nilai mean 2.76, yang berarti bahwa responden cenderung menjawab netral terhadap pernyataan tersebut. Dan untuk indikator kelima yaitu “Saya ingin memiliki *handphone Sony Ericsson K550i*” memiliki nilai mean 2.57 yang berarti bahwa rata-rata responden netral terhadap pernyataan ini.

Dari dimensi pelayanan, untuk Indikator ketiga yaitu “Saya membandingkan keunggulan *handphone* Sony Ericsson K550i dengan produk lain” memiliki nilai mean yang paling tinggi, yaitu 3.33. Walaupun dari 5 indikator menunjukkan pernyataan yang kurang setuju, namun pada indikator ketiga memiliki nilai mean paling besar dari indikator lain. Karena sampel penelitian ini bukan pengguna *handphone* Sony Ericsson K550i, maka responden membandingkan keunggulan *handphone* Sony Ericsson K550i dengan model dan merk *handphone* yang sedang digunakannya

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata tingkat persetujuan berkisar antara 2.57 dan 3.33 yang berarti bahwa rata-rata respon responden terhadap minat beli *handphone* Sony Ericsson K550i netral dengan pernyataan minat beli, karena responden menyadari bahwa keunggulan kualitas yang dimiliki oleh produk Sony Ericsson pada umumnya dapat menandingi keunggulan merk lain, seperti halnya saat ini Sony Ericsson berada di 5 terbaik peringkat vendor ponsel. Maka dapat disimpulkan bahwa responden kurang memiliki minat terhadap *handphone* Sony Ericsson K550i. Karena mungkin responden sudah loyal terhadap Merk *handphone* produk lain, atau responden sudah membuat keputusan pembelian pada produk lain, baik itu merk lain selain Sony Ericsson ataupun tetap merk Sony Ericsson tetapi dengan tipe yang berbeda, sehingga dari hasil dimensi minat beli terlihat rata-rata responden netral untuk mencari informasi lebih lanjut tentang kelengkapan Sony Ericsson K550i, untuk mempertimbangkan membeli, terlebih untuk memiliki *handphone* Sony Ericsson K550i.

4.4 Analisis Validitas dan Reliabilitas Hasil Penelitian

Analisis faktor dilakukan pada model pengukuran terhadap masing-masing dimensi dan variabel yang memiliki indikator. Seleksi indikator untuk masing - masing dimensi dan variabel dilakukan berdasarkan nilai validitasnya. Pada bagian selanjutnya akan dijelaskan nilai reliabilitas dan masing-masing model pengukuran.

4.4.1 Validitas Penelitian

Uji validitas ini dilakukan untuk menguji ketepatan suatu item dalam pengukuran instrumennya. Validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen.

Validitas untuk menyeleksi indikator setiap variabel dilakukan berdasarkan nilai *Anti-Image Matrices* di atas 0.5 dan *Component Matrices* di atas 0.7 (validitas). Hasil pengujian KMO dan *Barletts'* minimal sebesar 0.5. Variansi yang dapat dijelaskan minimal 60%.

Tabel 4.16
Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy, Barlet Test of Sphericity dan Total Varians.

No	Variabel Penelitian	KMO MSA	Signifikansi Bartlett' Test of Sphericity	Total Variansi Dijelaskan(%)
1	Mutu/Kualitas Produk	.500	.000	76.004
2	Merk Produk	.500	.000	79.071
3	Kemasan	.799	.000	73.576
4	Harga	.543	.000	60.825
5	Pelayanan	.779	.000	65.184
6	Minat Pembelian	.770	.000	68.037

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 4.17
Hasil Validitas Penelitian

No	Dimensi	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Mutu/Kualitas Produk Sony Ericsson K550i			
1	Sony Ericsson K550i memiliki <i>navikey</i> untuk kemudahan	.500	.872
2	Sony Ericsson K550i memiliki kelengkapan asesoris sesuai kebutuhan pengguna	.500	.872

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 4.18
Hasil Validitas Penelitian

No	Dimensi	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Merk Produk Sony Ericsson K550i			
1	Merk Sony Ericsson mudah di ingat	.500	.882
2	Sony Ericsson menawarkan <i>handphone</i> dalam beberapa seri <i>handphone</i> yang menggambarkan representasi kelas pengguna	.500	.882

Sumber: telah diolah kembali

Tabel 4.19
Hasil Validitas Penelitian

No	Dimensi	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Kemasan Produk Sony Ericsson K550i			
1	Warna Sony Ericsson K550i menarik	.870	.875
2	Desain <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i beragam	.805	.868
3	<i>handphone</i> Sony Ericsson K550i kuat	.788	.890
4	Bentuk K550i nyaman digunakan (ergonomis)	.849	.903
5	Tipe masing-masing seri <i>handphone</i> Sony Ericsson memudahkan pemilihan sesuai keinginan	.753	.879
6	Prosedur pengoperasian <i>handphone</i> K550i lengkap terdapat pada kemasan produk	.750	.883

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 4.20
Hasil Validitas Penelitian

No	Dimensi	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Harga Produk Sony Ericsson K550i			
1	Harga Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	.534	.810
2	Harga asesoris <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i terjangkau bagi kelas menengah	.552	.816
3	Harga Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya	.561	.791
4	Harga asesoris <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i sesuai dengan kualitasnya	.537	.760

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 4.21
Hasil Validitas Penelitian

No	Dimensi	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Pelayanan Sony Ericsson K550i			
1	<i>handphone</i> Sony Ericsson K550i memiliki garansi dari toko penjual	.706	.767
2	<i>handphone</i> Sony Ericsson K550i memiliki layanan garansi perusahaan	.729	.844
3	Sony Ericsson memberikan informasi batasan-batasan garansi dari perusahaan	.835	.798
4	Sony Ericsson mempunyai fasilitas tempat pengaduan komplain yang jelas	.784	.820
5	Outlet servis resmi Sony Ericsson banyak tersebar di Jabodetabek	.868	.806

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 4.22
Hasil Validitas Penelitian

No	Variabel	Anti Image Correlation Matrix	Factor Loading
Minat Pembelian Sony Ericsson K550i			
1	Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.754	.836
2	Saya mencari informasi lengkap tentang <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.748	.849
3	Saya membandingkan keunggulan <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i dengan produk lain	.843	.758
4	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.750	.867
5	Saya ingin memiliki <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.781	.810

Sumber: Hasil olahan peneliti

4.4.2 Realibilitas Penelitian

Nilai Batas minimal reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,6 (Malhotra). Berikut ini adalah hasil analisis reabilitas indikator penelitian:

Tabel 4.23
Ukuran Realibilitas Penelitian

No	Indikator Penelitian	Cronbach Alpha
1	Mutu dan Kualitas Produk	.675
2	Merk Produk	.701
3	Kemasan	.944
4	Harga	.805
5	Pelayanan Produk	.865
6	Minat Pembelian	.880

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa semua indikator penelitian mempunyai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua dimensi reliabel.

4.5 Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Pembelian Konsumen

Pada penelitian ini, variabel bebas yang terdiri dari 5 dimensi yaitu mutu produk, kemasan, merek, harga, pelayanan produk, dan yang menjadi variabel terikat adalah minat pembelian. Analisis linier *regression* bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel bebas yang terdiri dari mutu produk, kemasan, merek, harga, pelayanan terhadap variabel terikat yaitu minat pembelian pada produk *handphone* Sony Ericsson K550i. Dalam analisis regresi ini yang menjadi variabel dependen adalah minat pembelian sedangkan dimensi mutu, kemasan, merek, harga, pelayanan sebagai variabel independen.

Lima dimensi yang menjadi variabel independen di regresi faktorkan terlebih dahulu untuk menjadi variabel bebas yaitu atribut produk. Nilai-nilai yang digunakan untuk analisis ini adalah faktor skor dari masing-masing variabel. Dalam analisis ini menggunakan metode seleksi variabel “enter”. Metode ini merupakan prosedur untuk seleksi variabel dimana semua variabel yang dianalisis masuk pada satu tahap tunggal (Pengolahan Data Statistik dengan SPSS 12. Penerbit Andi. P.217). Dalam hal ini setelah dimensi mutu, kemasan, merek, harga, pelayanan di regresi faktorkan, setelah itu hasil variabel independen tersebut di regresikan (*linier regression*) dengan variabel dependen yaitu minat beli. Dan dari hasil tersebut akan diketahui apakah ada pengaruh dari maksud penelitian ini.

Rumusan hipotesis yang akan diuji dalam skripsi “Pengaruh Atribut Produk Sony Ericsson Terhadap Minat Pembelian Konsumen Studi Pada *handphone* Sony Ericsson Tipe K550i”:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara atribut produk *handphone* Sony Ericsson K550i terhadap minat beli konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh antara atribut kualitas produk *handphone* Sony ericsson K550i terhadap minat beli konsumen.

Untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, hubungan dapat dilihat dari R Square (R^2) pada tabel, model summary, yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan analisis linier regression. Berikut ini adalah hasil analisis linier regression menggunakan software SPSS.

4.5.1 Model Regresi Variabel Independen *handphone* Sony Ericsson K550i

Untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu variabel atribut produk *handphone* Sony Ericsson K550i terhadap Minat Pembelian, digunakanlah metode statistik Linear Regression, dimana variabel Minat Pembelian sebagai variabel dependen dan variabel atribut produk sebagai variabel independen. Adapun variabel atribut produk didapatkan dari regresi faktor kelima dimensi atribut produk *handphone* Sony Ericsson K550i.

Uji F (F-Test) atau ANOVA merupakan pengujian tentang baik tidaknya model dari suatu persamaan regresi. Dalam uji koefisien regresi semua variabel independen diuji secara bersamaan sehingga bisa diketahui apakah model regresi yang dihasil bisa digunakan untuk melakukan prediksi atau tidak. Hasil Anova yang menyatakan ada pengaruh adalah yang memiliki signifikansi nilai < 0.05 .

Berikut ini hasil analisis linier sederhana dengan menggunakan software SPSS 15:

Anova

Model	R. Square
1	.000

Predictors : Constant, REGR atribut

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari hasil uji Anova (F-test) diperoleh nilai signifikansi di bawah 0.05 yang berarti terdapat pengaruh antara variabel dependent dan variabel independen. Yang menjadi variabel independen yaitu dimensi mutu, kemasan, merek, harga dan pelayanan. Variabel independen di regresi

faktorkan terlebih dahulu menjadi variabel bebas yaitu atribut produk. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah minat beli.

Untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat, dapat dilihat dari R Square (R^2) pada tabel Model Summary yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan regresi.

Berikut hasil regresi faktor dari kelima dimensi atribut produk :

Model Summary

Model	R. Square
1	.211

Predictors : Constant, REGR atribut

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari Model Summary di atas terlihat bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,211 atau 21,1%. Berarti bahwa variabel independen yaitu atribut produk yang terdiri dari dimensi mutu, kemasan, merek, harga dan pelayanan produk Sony Ericsson K550i memberikan pengaruh sebesar 21,1% terhadap minat pembelian produk Sony Ericsson K550i. Sedangkan sisanya 78,9% merupakan pengaruh dari faktor lain. Ternyata atribut produk tidak banyak mempengaruhi minat beli, hal ini mungkin karena konsumen lebih terpengaruh pada faktor-faktor lain.

4.5.2 Hasil Analisis Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini mengaitkan pengaruh atribut produk terhadap minat beli *handphone* Sony Ericsson K550i.

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Koofisien Regresi	Nilai T	Nilai Sig	Diterima/ Ditolak
Ha	Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Beli <i>handphone</i> Sony Ericsson K550i	.459	5.609	.000	Diterima

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa berdasarkan uji statistik yang dilakukan peneliti, hipotesis ini dapat dilihat bahwa ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk *handphone* Sony Ericsson K550i terhadap minat beli konsumen. Dari hasil uji t yang digunakan untuk melihat signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, dapat dilihat pula bahwa variabel independen (bebas) berpengaruh secara signifikan (nilai t di atas +2 atau di bawah -2). Hasil uji T didapat nilai 5.609, dengan demikian variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli *handphone* Sony Ericsson K550i. Berdasarkan dari hasil uji ANOVA, nilai signifikansi < 0.05 , yang berarti ada pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen. Dengan demikian dari analisa hipotesis penelitian ini disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh atribut produk *handphone* Sony Ericsson K550i terhadap minat beli konsumen.

4.6 Implikasi Manajerial

Penelitian ini menerapkan implikasi manajerial bagaimana strategi Sony Ericsson dalam bersaing secara kompetitif untuk memunculkan *differensiasi* dengan pesaing lain, dalam hal ini atribut produk yang dijadikan alat pemasaran untuk *provider* telepon seluler pada umumnya, dan *provider* Sony Ericsson pada khususnya. Karena ketatnya persaingan yang ada membuat pesaing bisnis telekomunikasi untuk melakukan serangkaian strategi pemasaran guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditargetkan.

Penelitian ini juga menawarkan implikasi manajerial untuk manajemen pemasaran atau marketing. Bagaimana dijelaskan dalam penelitian ini mengenai atribut produk, apa saja yang menjadi atribut suatu produk dan tujuan memunculkan dari atribut produk tersebut. Oleh karena itu untuk mencapai minat beli konsumen, seberapa penting mengapa suatu perusahaan, khususnya Sony Ericsson melihat perlu memunculkan atribut suatu produk.

Keberadaan atribut suatu produk menentukan keberhasilan pemasaran produk tersebut, seperti halnya untuk produk *handphone*, fitur menjadi alasan utama mengapa konsumen memilih untuk memiliki produk *handphone* merk

tersebut, seperti melihat kelengkapan fungsi, kemudahan ataupun hanya tujuan sebagai alat komunikasi saja.

Dari 5 dimensi yang ada pada penelitian ini, didapat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara atribut produk dengan minat beli, namun dari hasil tersebut dapat terlihat bahwa masih ada faktor lain juga yang mempengaruhi selain faktor atribut produk handphone Sony Ericsson K550i.

4.7 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FISIP UI, hal ini dilakukan untuk memudahkan ruang lingkup penelitian, sampel pada penelitian ini dikhususkan untuk non pengguna HP Sony Ericsson K550i. Sementara informasi yang diperlukan untuk atribut Sony Ericsson K550i sangat detail. Oleh karena itu dikarenakan mayoritas responden tidak mengetahui tipe *handphone* yang diangkat pada penelitian ini, maka mayoritas responden menjawab pertanyaan penelitian yang ada berdasarkan pengalaman yang dimilikinya, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang rendah. Dalam penentuan sampel pada penelitian ini kurang tepat, sehingga menunjukkan hasil yang tidak baik karena tidak memenuhi kaidah-kaidah yang telah ditentukan dalam sebuah penelitian.
2. Penelitian ini hanya fokus pada satu objek penelitian yaitu Sony Ericsson K550i. Karena Sony Ericsson K550i diluncurkan pada tahun 2007 dan setelah dikeluarkan Sony Ericsson K550i ini, banyak tipe baru yang sudah dikeluarkan juga oleh Sony Ericsson, sehingga menjadi hambatan peneliti untuk melihat karakteristik objek yang diteliti.
3. Tipe *handphone* yang diangkat pada penelitian ini terbatas publikasi terhadap produknya, sehingga ketika menyebarkan kuesioner, responden banyak yang tidak mengetahui dan tidak pernah melihat fisik *handphone* SE K550i ini. Karena tipe *handphone* yang diteliti tidak begitu dikenal oleh responden, karena tidak dipublikasi melalui iklan televisi, radio maupun papan reklame yang tersedia di tempat-tempat umum, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang kurang baik.