

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas Produk dipandang sangat perlu karena merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus memuaskan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalamannya terhadap produk yang dikonsumsinya. Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk atribut produk seperti harga, pembungkus, daya tarik iklan yang berbeda, ukuran, volume dan sebagainya, akan mempunyai keuntungan besar atas para pesaingnya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan tercipta loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut word of mouth communication yang menguntungkan bagi perusahaan (Simamora, 2001: 84).

Perubahan perilaku konsumen dewasa ini sering terjadi sebagai reaksi atas perkembangan produk. Salah perubahan perilaku konsumen yang dapat dilihat adalah perubahan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi telpon seluler.

Telepon selular saat ini menjadi trend di masyarakat umum. Semula keberadaan telepon selular menjadi salah satu produk yang dimiliki oleh masyarakat kelas atas. Seiring dengan perkembangan teknologi maka keberadaan telepon selular menjadi familiar bagi seluruh lapisan masyarakat sehingga dalam perkembangan saat ini telepon selular dapat juga dijumpai penggunaannya mulai dari pengusaha, karyawan kantor, karyawan swasta, pedagang kaki lima, buruh, remaja dan bahkan anak-anak.

Salah satu keberadaan telepon selular yang familiar dan banyak dimiliki masyarakat dalam berbagai lapisan adalah telepon selular merk Nexian. Telepon selular Nexian merupakan merk telepon produk cina yang terus menunjukkan adanya peningkatan pembelian pada beberapa dekade belakangan ini. Pada tahun 2007 penjualan telepon Nexian mencapai 216,6 juta unit selanjutnya pada tahun 2008 penjualan telepon Nexian meningkat menjadi 590,8 juta unit berarti ada kenaikan sebesar 27,2%. (www.wikipediaphone.2010)

Konsumen selalu menghubungkan produk yang dikonsumsi dengan karakteristik yang dimilikinya. Memahami karakteristik konsumen sangat bernilai bagi produsen sebagai peluang bisnis untuk memposisikan produknya di pasaran. Berdasarkan pemahaman arti pentingnya memahami perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk maka dalam penelitian ini dipilih judul : ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK TELEPON SELULER MEREK NEXIAN DI KECAMATAN SUKOHARJO.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk telepon seluler merek Nexian di Kecamatan Sukoharjo ?
2. Diantara variabel-variabel tersebut diatas mana yang paling dominan pengaruhnya dalam menentukan pembelian telepon seluler merek Nexian di Kecamatan Sukoharjo ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan selera terhadap pembelian produk telepon seluler merek Nexian di Kecamatan Sukoharjo
2. Untuk menganalisis diantara variabel-variabel tersebut diatas mana yang paling dominan pengaruhnya dalam menentukan pembelian telepon seluler merek Nexian di Kecamatan Sukoharjo ?

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi peneliti yaitu untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan belajar untuk menganalisis permasalahan yang ada serta memecahkan permasalahannya;

2. Bagi pihak lain diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan, perbandingan, dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang setiap bab akan menguraikan antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian, antara lain: pengertian dan arti penting perilaku konsumen, teori-teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, tipe-tipe perilaku konsumen, keputusan pembelian, pengertian pemasaran, konsep pemasaran, serta teori-teori yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka penelitian, hipotesis, metode penelitian, data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum telepon seluler merek Nexian, analisis data, dan pembahasannya serta hasil-hasil penelitian.