

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dalam lima tahun terakhir berkembang begitu pesat, berdampak semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil memenangkan kompetisi persaingan harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami setiap keinginan konsumen. Perusahaan yang baik adalah yang mampu memahami konsumennya dengan baik. Semakin perusahaan tahu akan perilaku konsumennya, maka akan lebih memudahkan dalam membidik segmen yang ingin dibidik.

Didalam mengarah persaingan, perusahaan seringkali menggunakan bermacam-macam strategi pemasaran guna memenangkan persaingan. Oleh karena itu harus diketahui bagaimana cara penyajian alternatif yang terbaik ke pasar sehingga dapat memenangkan persaingan serta mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan variabel penting yang harus diketahui oleh pembuat kebijakan di dalam perusahaan.

Dalam dunia yang semakin modern dan serba cepat, handphone sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat, serta semakin berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi dan tingkat pendidikan dimana dibutuhkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan akan alat komunikasi saja,

melainkan untuk memenuhi kebutuhan kelancaran pekerjaan, hiburan, bisnis, dan lain-lain.

Salah satu ciri produk yang mampu bersaing di dalam dunia usaha, adalah, yang mampu menciptakan inovasi baru pada produknya. Selama ini pasar telekomunikasi di Indonesia, khususnya pangsa handphone diserbu produk-produk China yang memiliki fitur canggih tetapi dengan harga yang sangat terjangkau.

Pada dasarnya konsumen dipengaruhi oleh banyak hal dalam melakukan pembelian. Untuk menganalisa dan meneliti perilaku konsumen yang dikaitkan dengan selera pembelian handphone merk China, terlebih dahulu harus diketahui, apa yang menjadi keinginan konsumen dalam membeli, serta kapan dan bagaimana membelinya. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang di dengar, dilihat dan dirasakan. Hal ini tergantung dari lingkungan dimana konsumen itu berada.

Pertimbangan adanya persaingan dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perlunya pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara intensif dan menjadi salah satu aktivitas pokok yang harus dilakukan produsen atau perusahaan dalam usaha mempertahankan eksistensi perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Perusahaan harus bisa memberikan strategi pemasaran yang terarah agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap daya beli suatu produk. Jika konsumen puas terhadap

produk, konsumen akan puas sehingga menjadi iklan yang paling efektif. Akan tetapi pemahaman tentang perilaku konsumen cukup sulit dan manusia adalah individu yang kompleks karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dengan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Handphone Produk China”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel produk, harga, dan kualitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone produk China ?
2. Apakah variabel produk secara individu mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone produk China ?
3. Apakah variabel harga secara individu mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone produk China ?
4. Apakah variabel kualitas secara individu mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone produk China ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk, harga, dan kualitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone produk China.
2. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian handphone produk China.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akademis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi pihak lain, di dalam menganalisis perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk.

E. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi penjelasan tentang teori-teori dalam penelitian yaitu perilaku konsumen, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang kerangka pemikiran, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum perilaku konsumen, uraian hasil penelitian dan analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.