

**HUBUNGAN FAKTOR FAKTOR EKSTERNAL DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI HANDPONE
SONY ERICSSON**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**Anditya Prasetyawan
B100040137**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting pemasaran sendiri berarti kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Dalam kegiatan pemasaran ada dua pihak yang berperan yaitu produsen dan konsumen. Konsumen merupakan sasaran utama dari pemasaran. Konsumen berarti pemakai barang barang hasil industri dan jasa. Hasil industri dan jasa digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk meningkatkan penjualan maka produsen mengelola produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam melakukan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Selain melalui promosi yang gencar, usaha yang paling efektif yaitu strategi merek. Strategi merk merupakan segi terpenting dari strategi produk. Setiap manager pemasaran harus memutuskan barang manakah yang akan diberi merk, mengatur pemberian merk dan mengelola merk tersebut.

Hal yang mendorong produsen melakukan pemberian merek adalah karena merk mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Mempermudah konsumen mengenali suatu produk.
2. Produsen menentukan merek agar terhindar dari pemalsuan dan ditiru ciri khas dari produk yang unik.
3. Produsen memandang nama merek memberi peluang untuk mengetahui kekhasan dari produknya dan digunakan sebagai standar untuk membedakan harganya.
4. membantu program pemasaran, periklanan, dan perluasan bauran produk.

Merk telepon selular termasuk dalam *brand name* yaitu nama yang dapat membedakan dengan telepon selular pesaing. Merek telepon selular akan memudahkan konsumen mengenali produk yang satu dengan yang lain produsen menentukan merek produsinya sebagai alat yang menjadikan produknya khas dimata konsumen, sehingga paling tidak hal ini sebagai usaha untuk memenagkan persaingan.

Bila suatu merk telah mempunyai nama baik di masyarakat, maka akan memperlancar penjualan produknya dapat digunakan merk yang sama untuk memasarkan modifikasi dari produk baru. Perkembangan dunia telah ada di pasaran. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat dan didalam kondisi perekonomian yang seperti sekarang ini, maka produsen saling bersaing untuk memperluas pasar. Harapan dari perluasan pasar secara langsung adalah meningkatkan penjualan maka konsumen yang dimiliki semakin besar. Akibat

produsen semakin sulit mengenali konsumen secara teliti, terutama untuk mengetahui siapa yang mendasari konsumen memilih produknya. Hal ini perlu diketahui oleh produsen sebagai dasar segmentasi dan perluasan pasar.

Dalam mempelajari perilaku konsumen, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku itu sendiri. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu: faktor-faktor yang berasal dari lingkungan atau di luar diri konsumen (faktor eksternal) yang terdiri atas kebudayaan (*culture*), dan kebudayaan khusus (*sub culture*), kelas sosial(*social class*), kelompok-kelompok sosial (*social group*), kelompok referensi (*referensi group*), dan keluarga(*family*).

Faktor-faktor lain adalah faktor psikologis yang berasal dari dalam diri konsumen (faktor internal) yang terdiri atas motivasi, pengamatan (*persepsi*), belajar, kepribadian (Umar, 2002; 50).

Mengingat hal tersebut diatas maka penulis mengambil judul **“HUBUNGAN FAKTOR FAKTOR EKSTERNAL DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI HANDPHONE SONY ERICSSON” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian diatas maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimanakah hubungan faktor-faktor eksternal dengan keputusan konsumen dalam membeli Handphone Sony Ericson?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji hubungan faktor-faktor eksternal (budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga) dengan pengambilan keputusan pembelian Handphone SONY ERICSSON.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal mana yang memiliki hubungan paling kuat terhadap keputusan pembelian Handphone Sony Ericsson.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Adalah bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang dapat membantu dalam mengambil keputusan dan untuk menentukan kebijaksanaan di waktu yang akan datang.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya.

E. Batasan Masalah

1. Subyek yang diteliti adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan ponsel merek Sony Ericsson.
2. Jenis produk yang diteliti adalah produk ponsel merek SONY ERICCCSON.
3. Atribut yang diteliti : Budaya (*culture*), Kelas Sosial (*Social Class*), Kelompok Referensi (*Reference Group*), Keluarga (*Family*).
4. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah status sosial bidang lainnya.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran, Pengertian Manajemen Pemasaran, Arti Penting Konsep Pemasaran, Perencanaan Strategi Pemasaran, Pengertian Perilaku Konsumen, Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen, Pengambilan Keputusan Pembelian, Penelitian Terdahulu, Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari Populasi, sample, dan Teknik Sampling, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Pengukuran Variabel, Metode Analisis Data, Uji Instrumen.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data, dan pembahasannya dengan pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai bagian akhir dari penulisan, maka diambil suatu kesimpulan yang diambil dari uraian bab dan analisis data, Akhirnya penulis akan memberikan sumbangan pemikiran melalui saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN