

**PERBANDINGAN NILAI PELANGGAN PADA PRODUK
TELEPHONE SELULER DENGAN MEREK NOKIA DAN
SONY ERICSSON**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)



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

Oleh

SARJANTO

B 100 040 154

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dalam kehidupan yang semakin kompleks, akan disertai dengan adanya banyak kebutuhan informasi yang semakin beraneka ragam. Untuk memenuhi kebutuhan yang beranekaragam itu, manusia akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhannya selalu terpenuhi, sehingga dapat memberikan keputusan bagi dirinya sendiri.

Perkembangan dunia usaha semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk atau jasa yang benar-benar mampu untuk memenuhi akan kebutuhan konsumen tanpa mengurangi kualitas produk atau mengurangi nilai-nilai yang dimiliki produk tersebut.

Banyak produk elektronik yang bervariasi dan beragam jenis yang ditawarkan di Indonesia. Setiap konsumen mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap setiap produk yang ditawarkan. Persepsi konsumen terhadap suatu produk sangat menentukan konsumen didalam memilih suatu produk yang dibeli atau yang akan dibeli. Maksimisasi utilitas merupakan tujuan utama tiap konsumen dalam memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa. Untuk memenuhi tujuan tersebut konsumen dituntut untuk melakukan penilaian terhadap produk yang ada di pasar untuk menentukan pilihannya dari sekian banyak barang atau jasa yang tersedia sehingga dapat memberikan utilitas tertinggi baginya. Oleh sebab itu suatu perusahaan sebagai produsen sangat

mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap produk yang dihasilkan atau yang akan dijual kepada konsumen.

Kebutuhan akan sarana komunikasi yang praktis telah memunculkan telepon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi yang maju dan kehidupan masyarakat yang lebih baik berdampak pada pemenuhan kebutuhan serta keinginan masyarakat akan ponsel yang lebih baik. Karena ternyata ponsel (bukan PC) yang kini menjadi simbol era informasi. Akhirnya ponsel yang menjadi *personal digital assistant* paling *powerfull* di bumi ini. Karena alat yang bisa dibawa kemana-mana ini akan menjadi peralatan komputer dan komunikasi yang menjadi asisten pribadi dimanapun kita berada (Kertajaya, 2003). Hal ini memunculkan ponsel dengan fitur yang beragam, serta beberapa model yang dimunculkan oleh tiap perusahaan yang ada. Ponsel banyak ragamnya dari harga yang murah sampai yang tinggi tergantung nilai didalam produk ponsel tersebut. Pada segmen pasarnya ponsel biasanya dibagun menjadi tiga kelas yaitu *Hi-end*, *Middle-end*, dan *Low-end*. Di Indonesia sendiri penjualan ponsel mengalami peningkatan yang pesat terlebih dengan adanya ponsel yang ditawarkan oleh produsen dengan harga yang relative terjangkau.

Mengingat maraknya pasar ponsel saat ini, perlu kiranya membandingkan persepsi pelanggan pada produk telepon seluler dengan merek NOKIA DAN SONY ERICSSON. Dengan membandingkan produk ponsel tersebut akan diketahui produk mana yang memberikan nilai yang paling tinggi antara ponsel Nokia atau Sony Ericsson. Untuk mengambil hati

para konsumen perusahaan ponsel yang telah ada berlomba-lomba menciptakan inovasi-inovasi baru, model dan desain terus di uji cobakan dan dikembangkan sesuai selera konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan nilai dari produk ponsel sehingga konsumen mudah dalam menentukan pembelian ponsel dengan pertimbangan nilai yang terdapat disetiap produk ponsel.

Konsumen akan membeli produk ponsel yang memberikan nilai baginya, sepanjang harganya masih terjangkau. Untuk meningkatkan nilai pelanggan perusahaan perlu mengidentifikasi sumber-sumber nilai, yang menyangkut produk, layanan, dan merek.

Atas dasar pemikiran dan asumsi sebagaimana diuraikan diatas, maka judul yang penulis pilih adalah : “PERBANDINGAN NILAI PELANGGAN PADA PRODUK TELEPON SELULER DENGAN MEREK NOKIA DAN SONY ERICSSON”.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut diatas dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap nilai produk pada ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON?
2. Bagaimana nilai layanan yang diberikan pada ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON kepada para pelanggan?
3. Berapa harga yang layak untuk ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi nilai produk pada ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON.
2. Untuk mengetahui nilai layanan yang diberikan kepada konsumen pada ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON.
3. Untuk mengetahui harga yang layak dijual dari produk ponsel NOKIA dan SONY ERICSSON.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang dapat membantu dalam mengambil keputusan dan untuk menentukan kebijaksanaan diwaktu yang akan datang.

2. Bagi penulis

Merupakan suatu pengalaman untuk melihat secara langsung dunia bisnis didalam perusahaan dan sebagai tambahan teori yang didapat dibangku kuliah.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan meliputi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori meliputi Pengertian Nilai, Nilai Pelanggan, Cara Mengukur Nilai, Produk Layanan dan Merek, Perilaku Konsumen, Pengertian Telephone Seluler, Penelitian Terdahulu, Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang Subyek Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel, Metode Analisis Data, Uji Hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Meliputi Diskripsi Responden, Hasil Uji Instrumen, Diskripsi Data, Analisis Data, Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan Kesimpulan dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN