

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
NOKIA, SIEMENS, DAN SONY ERICSSON
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

IWAN PURWANTO

B 100 040 159

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perubahan yang besar terjadi dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah perubahan dibidang bisnis dan ekonomi. Perubahan-perubahan yang terjadi didunia bisnis tersebut ternyata memicu peningkatan intensitas persaingan antar produk dan antar perusahaan, baik di pasar lokal maupun global. Meningkatnya intensitas persaingan yang ketat tersebut menjadikan bisnis sebagai ajang pertempuran untuk memperebutkan posisi yang paling tinggi diantara yang lain. Dalam era global sekarang ini, perusahaan tidak hanya menghadapi kenyataan informasi apa yang dapat pelanggan beritahukan pada perusahaan. Globalisasi merupakan era yang menjanjikan keterbukaan dan kebebasan, dimana komunikasi yang merupakan sarana untuk mendapatkan informasi diharapkan dapat dilaksanakan dengan mudah dan efektif. Maka perubahan-perubahan dalam bidang teknologi komunikasi terus berlanjut. Semakin canggihnya teknologi seakan jarak bukan penghalang untuk berkomunikasi. Seiring dengan berkembangnya sarana komunikasi banyak perusahaan penyedia layanan komunikasi yang bermunculan.

Perkembangan telekomunikasi seluler (handphone) juga diikuti oleh adanya volume penjualan yang mengalami kenaikan. Para pengguna

handphone dulu hanya terbatas pada kalangan bisnis, namun sekarang ini sudah mulai merambah berbagai kalangan masyarakat mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai negeri bahkan masyarakat biasa sudah banyak yang menggunakannya. Karena komunikasi pada saat sekarang ini sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan handphone merupakan salah satu alat untuk telekomunikasi yang dapat memenuhi kebutuhan akan pentingnya komunikasi.

Saat ini produk handphone sangat beraneka ragam, berbagai jenis handphone ditawarkan dengan berbagai keunggulan. Bagi masyarakat, semakin banyak pilihan yang ada merupakan suatu keuntungan tersendiri. Hal tersebut akan menambah alternatif pilihan yang dapat digunakan dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Dari banyaknya handphone yang ada Nokia, Siemens dan Sony Ericsson merupakan salah satu produsen yang mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia, karena menurut survey penjualan diketahui bahwa pada tahun 2007 handphone dengan merek Nokia merupakan produk handphone yang paling tinggi penjualannya, yaitu sebesar 39,7%; kemudian selanjutnya Sony Ericsson sebesar 33,3% dan Siemens dengan penjualan 8,4% (Rmexpose.com, 2007). Dibandingkan dengan merek-merek besar lainnya seperti Motorola, Samsung dan LG. Produk-produk handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson memiliki fasilitas-fasilitas canggih yang dapat menarik minat konsumen. Selain itu handphone merek Nokia, Siemens dan Sony Ericsson mempunyai purna jual yang tinggi, maka

harga yang turun tidak akan terlalu besar, apabila hendak dijual kembali. Hal ini sangat berbeda dengan produk-produk handphone yang lain. Produk-produk lainnya pasti mengalami penurunan harga yang sangat drastis. Nokia, Siemens dan Sony Ericsson juga merupakan produsen yang selalu berinovasi pada produk yang dihasilkan.

Kompleknya perilaku konsumen di sebabkan oleh faktor manusiawi yakni adanya kebutuhan manusia yang tak terbatas, selain pengaruh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung pada perilaku mereka. Perilaku inilah yang perlu mendapat perhatian para pemasar, karena dengan mengetahui bagaimana konsumen berperilaku, pemasar akan dapat dengan mudah mempengaruhi agar mau mengadopsi produk yang ditawarkan. Perubahan yang pesat di lingkungan masyarakat mempengaruhi perilaku dan selera konsumen, sehingga konsumen akan semakin kritis dalam melakukan suatu proses pembelian.

Pengaruh perubahan sikap konsumen ini telah menyebabkan manajemen pemasaran untuk selalu berusaha mempengaruhi pengenalan produk terhadap konsumennya, yaitu dengan mengevaluasi kembali kebutuhan dan keinginan konsumen serta membuat inisiatif, kreatif, dan inovatif serta tidak lupa memperhatikan kualitas, model, harga dan purna jual. Demikian pula dengan perilaku konsumen yang selalu mengalami perubahan. Perubahan perilaku dan selera konsumen dapat terjadi sewaktu-waktu akibat dari karakteristik konsumen, selain itu pengaruh dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun

dari lingkungan sekitar yang turut mempengaruhinya. Berdasarkan hal itu dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA, SIEMENS, DAN SONY ERICSSON (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga, kualitas, model dan purna jual berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson?
2. Manakah diantara harga, kualitas, model dan purna jual yang lebih dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga, kualitas, model dan purna jual terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson.

2. Mengetahui diantara harga, kualitas, model dan purna jual yang lebih dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini penting karena implikasi strategis yang dihasilkan dari temuan dapat mengidentifikasi berbagai faktor kritikal yang perlu diperhatikan dalam mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian terhadap handphone Nokia, Siemens dan Sony Ericsson.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan harapan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh

selama mengikuti proses perkuliahan, khususnya mengenai pendidikan pemasaran guna mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar penelitian ini dapat disajikan dengan bagus dan menarik maka dibutuhkan sistematika penulisan yang baik. Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi yang dipakai dalam penulisan yang meliputi tinjauan umum tentang pemasaran, perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menggambarkan mengenai gambaran umum obyek penelitian data-data yang diperoleh, analisis data dan hasil analisis data serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan, permasalahan dalam penelitian ini, keterbatasan dan kendala-kendala yang ada selama pelaksanaan penelitian serta saran-saran bagi obyek penelitian itu sendiri maupun bagi proses penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA