

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Perbandingan Handphone Smartphone Blackberry dengan Android)**



ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ANITA KUSUMAWATI B100100182

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul :
**“ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi
Perbandingan Handphone Smartphone Blackberry dengan Android) ”**

Yang ditulis oleh :

ANITA KUSUMAWATI

B100100182

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 6 Juni 2014

Pembimbing



(Drs. Wiyadi, MM., Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : ANITA KUSUMAWATI
NIM : B100100182
Fakultas/jurusan : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN
Jenis : SKRIPSI
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN (Studi Perbandingan Handphone Smartphone
Blackberry dengan Android)

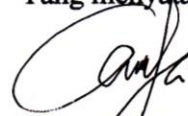
Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk

1. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan UMS atas penulisan karya ilmiah saya, demi mengembangkan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak penyimpanan, mengalih mediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UMS, tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Bersedia untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UMS, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 6 Februari 2014

Yang menyatakan



ANITA KUSUMAWATI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Perbandingan Handphone Smartphone Blackberry dengan Android)**

Disusun oleh:

ANITA KUSUMAWATI B100100182

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut produk yang terdiri dari fitur, desain, kinerja produk, dan jenis produk terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden warga kota Surakarta yang menggunakan *handphone smartphone* Blackberry dan Android. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa atribut produk yang terdiri fitur, desain, kinerja produk, dan jenis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Sedangkan atribut jenis produk handphone Blackberry memiliki pengaruh lebih tinggi dibanding jenis produk Android.

Kata kunci : atribut fitur, desain, kinerja produk, jenis produk, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat dan ditambah untuk saat ini Internet kian mudah diakses. Karena faktor internet itulah banyak produsen HP Pintar atau biasa disebut Smartphone saling berlomba untuk menjadi produsen yang unggul dalam penyediaan kebutuhan informasi untuk konsumen. Dahulu handphone hanya digunakan untuk berkomunikasi lewat telfon dan sms. Namun seiring pesatnya perkembangan teknologi dan internet, handphone pada saat ini kegunaannya lebih dari sekedar handphone pada saat dulu.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama.

Blackberry OS adalah milik Sistem Operasi Mobile, yang dikembangkan oleh Research In Motion untuk perusahaan BlackBerry garis smartphone perangkat genggam. Sistem operasi menyediakan multitasking dan mendukung perangkat input khusus yang telah diadopsi oleh RIM untuk digunakan dalam handheld, khususnya trackwheel, trackball, dan yang paling baru, yang trackpad dan touchscreen. Platform BlackBerry mungkin paling dikenal karena dukungan asli untuk email perusahaan, melalui MIDP 1.0 dan, baru-baru ini, sebuah subset dari MIDP 2.0, yang memungkinkan aktivasi nirkabel lengkap dan sinkronisasi dengan MicrosoftExchange, Lotus Domino, atau Novell GroupWise email, kalender, tugas, catatan, dan kontak, bila digunakan dengan (BlackBerry Enterprise Server) Sistem operasi juga mendukung WAP 1.2. Perkembangan Sistem Operasi Blackberry dimulai dari OS 4.x, OS 5.x, OS 6.x, OS 7.x dan kabarnya berikutnya akan hadir OS QNX.

Sedangkan Android adalah sebuah sistem operasi untuk berbagai perangkat mobile seperti handphone, netbook, dan komputer tablet. Sistem operasi ini dikembangkan oleh Google Inc dengan berbasis kernel Linux versi 2.6 dan berbagai perangkat lunak dari GNU yang bersifat Open Source. Sekarang ini pengembangan Android ditentukan oleh sebuah konsorsium bernama Open Handset Alliance (OHA) yang terdiri atas berbagai vendor perangkat mobile, komputer, dan telekomunikasi seperti Intel, Nvidia, Google, Samsung, Sprint, T-Mobile, Motorola, LG, Sony Ericsson, Toshiba, Vodafone, serta masih banyak yang lain dan anggotanya terus bertambah. Karena Android bersifat Open Source dan mempunyai lisensi Apache yang sangat terbuka dan bebas, maka Android menjadi sistem operasi yang sangat populer bagi berbagai produsen perangkat mobile. Sistem operasi Android dimulai dari versi 1.1, versi 1.5 (Cupcake), versi 1.6 (Donut), versi 2.0/2.1 (Eclair),

2.2 (Froyo: Frozen Yoghurt), versi 2.3 (Gingerbread), versi 3.0/3.1 (Honeycomb), versi 4.0 (ICS :Ice Cream Sandwich), dan versi 5.0 (Jelly Bean). Pilihan terhadap Android jatuh bila Anda menyukai smartphone multifungsi dengan browser yang baik. Android biasanya banyak digunakan di kalangan mahasiswa, eksekutif, profesional, pegawai, dll.

Atribut sistem operasi yang terdapat pada Blackberry dan Android akan mempengaruhi sikap konsumen dalam mengambil keputusan membeli, seperti yang dikatakan oleh Fandy Tjiptono (2001:103) mengenai atribut produk adalah “unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan”. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Sedangkan atribut-atribut pada sistem operasi Smartphone meliputi Fitur, Tampilan/desain, Kinerja dan layanan. Seperti yang dikatakan Kotler dan Armstrong (2004:347) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk

melakukan fungsi-fungsinya” dan menurut Cravens (1998:14) fitur juga dapat digunakan sebagai sarana untuk membedakan suatu merek dari pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Perbandingan Handphone Smartphone Blackberry dengan Android)”

TINJAUAN PUSTAKA

A. Keputusan Pembelian

Dalam mengenal konsumen perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi-persepsi pengaruh orang lain dan motif-motif internal akan berinteraksi untuk menentukan keputusan terakhir yang dianggap paling sesuai. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Swastha, 2003).

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2004).

B. Jenis Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur yang mencakup beberapa komponen yaitu, Keputusan tentang Jenis produk, Keputusan

tentang Bentuk produk, Keputusan tentang Merk, Keputusan tentang Penjualnya, Keputusan tentang Jumlah produk, Keputusan tentang Waktu pembelian, Keputusan tentang Cara pembayaran.

C. Atribut Produk

Menurut Tjiptono (2007) atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, kemudian menurut Kotler dan Armstrong (2003) Atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

D. Kualitas Produk

Kualitas adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi, kualitas mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasaran mula-mula harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran. Disini kualitas produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya. Selain tingkatan kualitas, kualitas yang tinggi juga dapat berarti konsisten yang tinggi.

E. Fitur Produk

Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing. (Kotler and Armstrong 2006: 273). Fitur merupakan karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek.

F. Desain Produk

Menurut Kotler (2004:332) berpendapat bahwa “Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen”. Menurut Stanton (1991:285), “Desain merupakan salah satu aspek pembentukan citra produk. Sebuah desain yang unik, lain dari yang lain, bisa merupakan satu-satunya ciri pembeda produk”.

G. Kinerja Produk

Dalam rangka untuk mengevaluasi kinerja produk / jasa, konsumen membutuhkan suatu norma mengenai produk / jasa yang baik atau layak untuk diterima. Merk mungkin akan menciptakan harapan yang pasti, tetapi jarang sekali alasan secara teoritis yang mendukung bahwa konsumen menggunakan harapan (*expectation*) untuk menilai kinerja (*performance*) setelah pembelian.

Cronin & Taylor (1992 dalam F Selnes 1993) menyatakan bahwa kriteria kinerja (*performance*) memberikan ukuran yang lebih baik untuk model teoritis daripada menggunakan ukuran harapan. Pengalaman dan pengetahuan mengenai kelas produk / jasa.

METODE PENELITIAN

A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.

Menurut Arikunto (2002:108), populasi adalah keseluruhan objek penelitian, dimana seorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian tersebut merupakan populasi.

Sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga kota Surakarta yang menggunakan handphone smartphone Blackberry dan Android.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai cara (Mas'ud, 2004).

B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari segi cara memperolehnya, maka penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari subjek dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden.

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu dengan membuat suatu daftar pertanyaan atau pernyataan yang sistematis selanjutnya disebarakan kepada responden dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan dari responden.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Penelitian yang dilakukan menggunakan alat bantu berupa kuesioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert.

METODE ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS DATA

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan *software SPSS*.

1. Penguji Instrumen Penelitian

Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam hal ini pengaruh variable atribut produk terhadap keputusan konsumen. Bentuk matematis persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = nilai konstanta

X1 = Variabel Fitur

X2 = Variabel Desain

X3 = Variabel Kinerja

X4 = Variabel Jenis Produk

e = Kesalahan pengganggu (*disturbance's error*)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi variabel X1, X2, X3, X4

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis yang diajukan dapat terbukti kebenarannya atau tidak terbukti kebenarannya, dengan menggunakan uji t dan uji f.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2011 : 97).

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diperoleh pemahaman, Atribut fitur produk, desain produk, dan kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android. Sehingga hipotesis yang menyatakan, bahwa atribut fitur, desain produk, kinerja produk dan jenis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry dan Android terbukti kebenarannya. Dan keputusan pembelian jenis produk blackberry lebih tinggi dibanding produk android.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut fitur produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan, bahwa atribut fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry dan Android terbukti kebenarannya.
2. Atribut desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan, bahwa atribut desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry dan Android terbukti kebenarannya.
3. Atribut kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan, bahwa atribut kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry dan Android terbukti kebenarannya.
4. Atribut jenis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android. Sehingga hipotesis keempat yang menyatakan, bahwa atribut jenis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry dan Android terbukti kebenarannya.
5. Keputusan pembelian jenis produk blackberry lebih tinggi dibanding produk android.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang penulis sampaikan antara lain:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas daerah peneliti yang tidak hanya di daerah Surakarta, sehingga tingkat generalisasinya lebih baik.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel yang lain, seperti kualitas produk, harga dan sebagainya agar dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana, Aditya Yessika, dkk. _____, “Pengaruh Citra Merek, Desain Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)”. *Jurnal*. Universitas Diponegoro Semarang. Diakses 14 November 2013.
- Atminingsih, 2012. “ Analisis Pengaruh Atribut Produk Sistem Operasi Handphone Terhadap Sikap Konsumen Dalam Kategori Produk Smartphone (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Gunadarma)”. *Jurnal*. Universitas Gunadarma, Depok. Diakses 14 Nov. 2013.
- Basu, Swasta DH dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Craven, W. David. 1998. *Pemasaran Strategi*. Jakarta : Erlangga.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*, Semarang : BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBS SPSS 19*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong, 2000. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta :IndeksKelompok Gramedia.
- Ratih, Ida Ayu Brahma. 2009. Pengaruh Kinerja Produk Pelayanan Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwaraya. Dalam *Jurnal Ekuitas* Vol.13 No.2 Juni. Hal 179-198
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi.Yogyakarta
- Wibowo, Ardiyanto, 2001. “Analisis Pengaruh Kinerja Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Clariant Indonesia Cab. Semarang)”. *Tesis*. Universitas Diponegoro Semarang. Diakses 14 November 2013.
- Yuliyanto, Teguh. 2008. “Analysis Of Effect Of Product Quality, Price And Promotion Decisions to Purchase Nokia Mobile Brands (Case Studies Faculty of Economics, University of Semarang Force 2008)”. Dalam *Jurnal*. Universitas Semarang. Diakses 23 Oktober 2013.
- Yusup, Muhammad. 2001. “AnalisisPengaruh Promos, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi UniversitasDiponegoro Semarang. Diakses tanggal 24 Oktober 2013.