

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 kosumen. Dahulu handphone hanya digunakan untuk berkomunikasi lewat telfon dan sms. Namun seiring pesatnya perkembangan teknologi dan internet, hanpdhone pada saat ini kegunaanya lebih dari sekedar handphone pada saat dulu.

Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan . Saat ini handphone selain untuk menelfon dan sms, juga dapat digunakan untuk mengakses internet dan melakukan pekerjaan yang dahulu hanya bisa dilakukan pada komputer atau laptop namun saat ini bisa diakses melalui gadget yang disebut SmartPhone atau Handphone Pintar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan membentuk identitas produk yang kuat pada masyarakat sebagai konsumen akhir.

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)”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah atribut fitur produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android?
2. Apakah atribut desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android?
3. Apakah atribut kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android?
4. Apakah jenis produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Smartphone Blackberry dan Android?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Menganalisis pengaruh atribut fitur produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian smartphone Blackberry dan Android.
2. Menganalisis pengaruh atribut desain produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian smartphone Blackberry dan Android.
3. Menganalisis pengaruh atribut kinerja produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian smartphone Blackberry dan Android.
4. Menganalisis pengaruh jenis produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian smartphone Blackberry dan Android.

D. Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam hal pengambilan kebijakan perusahaan khususnya dibidang pemasaran di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang pemasaran khususnya mengenai perilaku konsumen.

3. Bagi pembaca

Sebagai informasi dan gambaran bagi mahasiswa atau peneliti lain dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang karakteristik responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran.