

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menuntut setiap orang untuk dapat berpikiran maju dan bergerak cepat. Ilmu pengetahuan teknologi dan informasi serta komunikasi yang terus berkembang di kehidupan sehari-hari dimana ditandai dengan perubahan yang sangat cepat di segala bidang khususnya pada bidang teknologi informasi. *Handphone* (telepon genggam) merupakan salahsatu hasil dari perkembangan teknologi informasi yang sangat dekat dengan kehidupan manusia. Hampir setiap orang memiliki dan mengikuti perkembangan *handphone* tersebut. *Handphone* pertama kali ditemukan pada tahun 1973 yang berfungsi sebagai alat komunikasi dan terus berkembang hingga sekarang menjadi bukan sekedar alat komunikasi, tetapi juga memiliki fungsi seperti komputer. Perkembangan *handphone* saat ini sangat bervariasi, banyak perusahaan dan merek *handphone* yang memiliki keunggulan dan fitur tersendiri untuk memenangkan persaingan.

Pada tahun 2010 tercatat lebih dari 30 merek *handphone* yang beredar, merek-merek tersebut antara lain Alcatel, Blackberry, BenQ, Dopon, Daxian, Gigabyte, HP, K-Touch, LG, Modottel, Mitac, Mito, Motorola, Nokia, Nexian, O2, Palm, Panasonic, Phillips, Samsung, Sanex, Siemens, Sony Ericsson, Wellcom, Ztec, dan lain-lain (Eva Junita E T, 2010: 1). Dengan banyaknya

merek yang beredar dipasar, hal tersebut akan menjadi perhatian konsumen dan konsumen akan lebih selektif dalam memilih *handphone*.

Banyaknya merek *handphone* yang beredar di Indonesia selain menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih *handphone*, konsumen juga dapat bingung karena setiap merek berasal dari Negara yang berbeda-beda. Hal tersebut diperparah dengan kebijakan produsen *handphone* untuk memproduksi beberapa produk di negara lain, contohnya adalah Nokia yang berasal dari Finlandia memproduksi Nokia tipe C2-03 di Cina, Blackberry yang berasal dari Kanada memproduksi Blackberry tipe 8520 di Hungaria, Samsung yang berasal dari Korea memproduksi Samsung tipe Galaxy Note 3 di Vietnam, dan lain-lain. Sikap selektif konsumen akan negara asal *handphone* ini bukan tanpa dasar, sebagai contoh konsumen lebih percaya dan menyukai *handphone* Nokia yang dibuat di Finlandia dari pada buatan Cina karena banyak *handphone* buatan Cina yang beredar di Indonesia memiliki kualitas yang rendah. Konsumen yang sangat selektif dalam memilih dan sering mengikuti perkembangan *handphone* biasanya adalah konsumen yang memiliki kemampuan ekonomi menengah keatas salah satunya ialah mahasiswa.

Mahasiswa sering mengikuti perkembangan *handphone* dikarenakan berbagai macam faktor, antarlain adalah sebagai kebutuhan karena mempermudah dalam mencari referensi materi kuliah, atau sebagai hiburan ketika waktu senggang karena *handphone* yang memiliki teknologi yang tinggi mampu memuat permainan yang bagus, bahkan sebagai gengsi karena jika memiliki *handphone* berteknologi tinggi dan mahal akan terlihat seperti orang

kaya dan dapat meningkatkan kepercayaan diri. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta terdapat banyak mahasiswa yang memiliki *handphone* dengan berbagai merek dan negara asal *handphone* tersebut.

Penelitian ini dianggap menarik dan penting karena dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah merek dan negara asal (*country of origin*) berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan-penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah merek mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*?
2. Apakah negara asal (*country of origin*) mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*?
3. Apakah merek dan negara asal (*country of origin*) secara bersama-sama mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh merek terhadap sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*.

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh negara asal (*country of origin*) terhadap sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh merek dan negara asal (*country of origin*) yang secara bersama-sama mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*, terutama yang berkaitan dengan merek dan negara asal (*country of origin*).

2. Manfaat empiris

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian, khususnya penelitian yang bersangkutan dengan sikap konsumen dalam memilih produk *handphone*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan penelitian ini disusun secara berurutan mulai dari pendahuluan hingga penutup. Untuk lebih rincinya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori yang mendasari penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis. Adapun teori-teori yang mendasari penelitian ini meliputi penjelasan mengenai merek, negara asal (*country of origin*), dan sikap konsumen dalam memilih.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang diharapkan agar menjadi pertimbangan untuk penelitian-penelitian yang berkaitan dengan struktur modal dan karakteristik perusahaan.