

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belakangan ini, dunia dipenuhi dengan pesatnya industri telekomunikasi yang menjadi tolak ukur akan kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Telepon genggam (ponsel) merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Merek-merek baru banyak bermunculan di dunia Telepon genggam dan saling berlomba menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk bisa bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen dan memahami kebutuhan konsumen. Maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan yang lebih pada konsumen.

Perusahaan harus mampu membaca keinginan konsumen sebelum mereka memproduksi produk mereka agar produk yang diproduksi tersebut dapat diminati oleh banyak konsumen dan mereka memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Perilaku konsumen menurut Ujang Sumarwan (2011:5) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

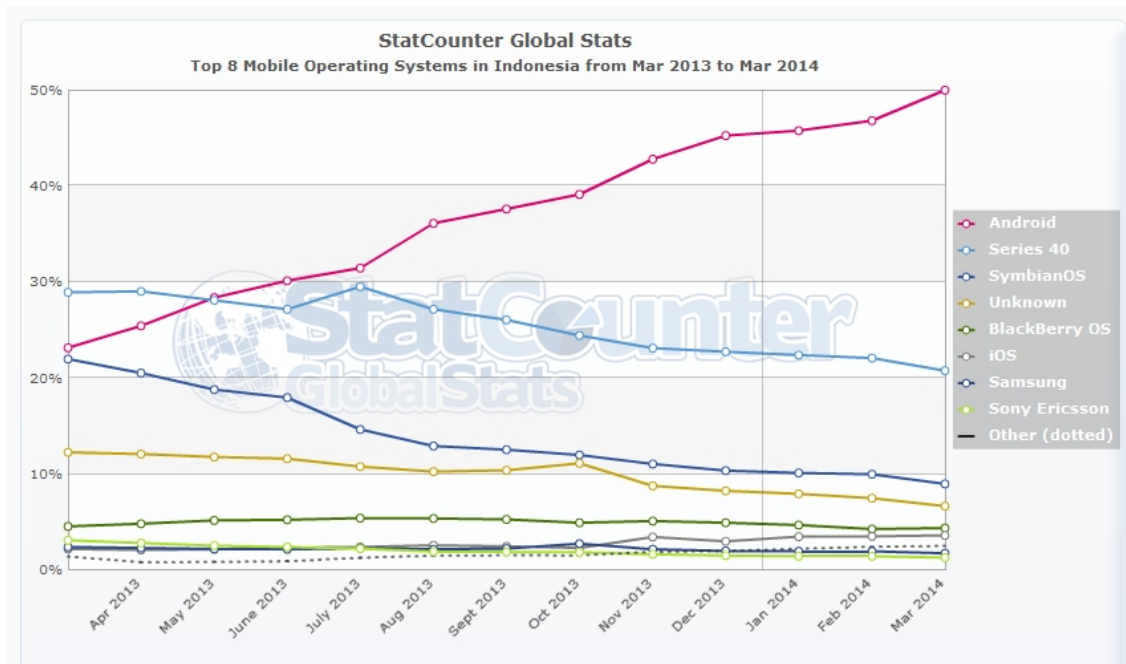
Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (handphone) atau smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis-jenis handphone atau smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung setiap kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun dalam hal yang lain.

Dalam perkembangan zaman yang makin maju dan berkembang, tentunya sangat berdampak pada teknologi itu sendiri perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat alat komunikasi berubah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Seiring perkembangannya penggunaan smartphone berbasis android didunia berkembang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena tingginya kebutuhan komunikasi, akses informasi dan hiburan yang terpenuhi dengan adanya smartphone berbasis android.

Android adalah sistem operasi berbasis operasi linux yang dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti telepon pintar dan komputer tablet. Android awalnya dikembangkan oleh Android, Inc, dengan dukungan finansial dari Google, yang kemudian membelinya pada tahun 2005. Sistem operasi ini dirilis secara resmi pada tahun 2007, bersamaan dengan didirikannya Open Handset Alliance, konsorsium dari perusahaan-perusahaan perangkat keras, perangkat lunak, dan telekomunikasi yang bertujuan untuk memajukan standar terbuka perangkat seluler. Ponsel Android pertama mulai dijual pada bulan Oktober 2008.

Oleh hal ini, maka pilihan konsumen untuk memakai telepon seluler bersistem operasi android saat ini amat tinggi khususnya di wilayah Indonesia. Peningkatan penjualan telepon seluler besistem operasi android dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

GAMBAR 1.1
Data Penggunaan Handphone atau Smartphone Berdasarkan System Operasi



Sumber : StatCounter

Dari data di atas, per Maret 2014, Android menguasai dengan (49,97%) pasar sistem operasi *mobile* di Indonesia, disusul oleh Series 40 dengan (20,77%), SymbianOS (8,99%), dan BlackBerry OS (4,39%). Dari data tersebut bisa dilihat Android yang terus meningkat posisinya dari (23,14%) di bulan April 2013 sampai (49,97% di Maret 2014 untuk soal pasar sistem operasi *mobile*. Series 40

dan SymbianOS mengalami penurunan sedangkan BlackBerry OS “jalan ditempat” sejak awal April tahun 2013 hingga Maret 2014.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan guna memenuhi kebutuhannya terhadap suatu barang atau produk. Menurut (parsons k 2010 dalam matti tahun 2011) menyebutkan bahwa fitur adalah faktor utama penentu keputusan pembelian telepon seluler. Fitur merupakan sarana bersaing untuk membedakan produk perusahaan dengan produk dari kompetitor-kompetitor lain. Konsumen akan selalu menyesuaikan fitur yang dimiliki produk dengan harga yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk mengambil keputusan pembelian pembelian suatu produk. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang meyertainya (Stanton, 1998). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan produk tersebut. Penentuan harga yang salah terhadap suatu produk dapat berakibat pada jumlah penjualan suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penurunan jumlah penjualan dan berkurangnya pangsa pasar. Oleh karena itu, dalam penetapan harga perusahaan harus bisa memutuskan harga penjualan yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar dapat meningkat.

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor sosial seperti kelompok acuan

yaitu kelompok yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku orang tersebut. Dari kelompok acuan tersebut, tidak jarang kalangan mahasiswa menjadikannya faktor keputusan pembelian seperti pada handphone atau smartphone. Hal ini disebabkan, biasanya mahasiswa membeli handphone atau smartphone berdasarkan kelompoknya dan juga semata-mata hanya untuk dapat mengimbangi pergaulan dirinya dengan kelompok acuannya.

Selain faktor sosial ada faktor pribadi yang berupa faktor usia dan tahap siklus hidup yaitu orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Untuk kalangan usia mahasiswa saat ini, mereka lebih cenderung menggunakan atau mengganti-ganti suatu produk atau barang yang mereka gunakan. Karena hal itu sesuai dengan usia mereka yang ingin selalu mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan kebutuhan yang mereka butuhkan seperti halnya kemajuan dalam dunia teknologi terutama dalam bidang komunikasi.

Meskipun usia serta kelompok acuan bisa dikatakan sebagai faktor dari perilaku konsumen akan tetapi pekerjaan dan lingkungan ekonomi juga dapat menjadi indikasi seseorang ketika akan memutuskan untuk melakukan pembelian atas jasa suatu produk. Dilihat dari kalangan mahasiswa sendiri pola konsumsi mereka biasanya disesuaikan dengan kebutuhan sehari-hari baik dari pergaulan atau dari kebutuhan yang mendukung kegiatan mereka sebagai seorang mahasiswa. Kemudian dilihat dari lingkungan ekonominya seorang mahasiswa rata-rata belum mempunyai penghasilan sendiri, namun mereka masih mengandalkan uang aku ataupun dari pemberian orang tua mereka.

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, *Pengaruh Harga dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Bersistem Operasi Android (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti, peneliti hanya meneliti variabel harga dan fitur sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diketahui bahwa handphone atau smartphone bersistem operasi android yang mengalami kenaikan penjualan yang dapat mengalahkan kompetitor-kompetitornya selama kuartal Mei 2013 sampai maret 2014. Oleh karena itu, maka perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor mana yang paling menonjol yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, akan bisa melancarkan produsen dalam mengambil langkah-langkah kegiatan pemasaranyang akan dilakukan, sehingga keuntungan perusahaan juga bisa semakin meningkat.

Sehingga berdasarkan uraian tersebut maka akan menimbulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Apakah Fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta?

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh Fitur terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

E. Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa :
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan pada pembaca.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya
2. Bagi perusahaan :
 - a. Sebagai bahan informasi bagi perusahaan handphone atau smartphone bersistem operasi android untuk lebih memahami sejauh mana peranan harga dan fitur terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android
 - b. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Bagi UMS Surakarta :
 - a. Sebagai acuan bagi mahasiswa UMS untuk penelitian yang akan datang
 - b. Sebagai bahan pustaka bagi perpustakaan UMS.

F. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka tentang landasan teori. Selain itu dalam bab ini juga akan dijabarkan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel yang digunakan, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan pengujian berdasarkan data yang diperoleh. Pada bab ini juga akan dilakukan pengujian kuesioner yang meliputi validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis yang meliputi regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Pada bab ini juga akan dijabarkan mengenai implikasi manajerial.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Bab ini merupakan pokok analisis yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat dan memberikan saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.