

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM
MEMBELI PRODUK TELEPON SELULER MEREK NOKIA
DI KABUPATEN SUKOHARJO**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

DHAMAR SETIADJI PUTRA

B. 100 040 307

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2008**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis semakin ketat dan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus mengenali konsumennya secara teliti, terutama untuk mengenali siapa yang menjadi konsumen dari produknya dan alasan yang mendasari konsumen memilih produknya. Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk produk, harga, daya tarik iklan yang berbeda dan sebagainya, akan mempunyai keuntungan besar atas para pesaingnya.

Kualitas Produk dipandang sangat perlu karena merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus memuaskan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalamannya terhadap produk yang dikonsumsinya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan tercipta loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut word of mouth communication yang menguntungkan bagi perusahaan (Simamora, 2001: 84).

Perubahan lingkungan yang terjadi dapat dilihat dari perubahan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Hal ini juga dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Konsumen selalu menghubungkan produk yang dikonsumsi dengan karakteristik yang dimilikinya. Memahami karakteristik konsumen sangat bernilai bagi produsen sebagai peluang bisnis untuk memposisikan produknya di pasaran. Berdasarkan pemahaman arti pentingnya memahami perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk maka dalam penelitian ini dipilih judul : ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK TELEPON SELULER MEREK NOKIA DI KABUPATEN SUKOHARJO.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara karakteristik konsumen yang meliputi pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan selera dengan pengambilan keputusan pembelian produk telepon seluler merek Nokia di Kabupaten Sukoharjo ?
2. Diantara karakteristik konsumen tersebut diatas mana yang paling dominan pengaruhnya dalam menentukan pengambilan keputusan pembelian produk telepon seluler merek Nokia di Kabupaten Sukoharjo ?

C. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu luas maka peneliti memberikan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan konsumen telepon seluler merk Nokia yang berdomisili di Kabupaten Sukoharjo dan telah berusia 15 tahun ke atas;
2. Objek yang dijadikan penelitian adalah telepon seluler merk Nokia.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara karakteristik konsumen yang meliputi pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan selera konsumen terhadap keputusan pembelian produk telepon seluler merk Nokia.
2. Untuk menganalisis karakteristik konsumen yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi peneliti yaitu untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan belajar untuk menganalisis permasalahan yang ada serta memecahkan permasalahannya;
2. Bagi pihak lain diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan, perbandingan, dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang setiap bab akan menguraikan antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian, antara lain: pengertian dan arti penting perilaku konsumen, teori-teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, tipe-tipe perilaku konsumen, keputusan pembelian, pengertian pemasaran, konsep pemasaran, serta teori-teori yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka penelitian, hipotesis, metode penelitian, data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum telepon seluler merek Nokia, analisis data, dan pembahasannya serta hasil-hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan hasil pembuktian hipotesis serta saransaran yang sekiranya perlu disampaikan

