

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, MODEL, DAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE**

SONY ERICSSON

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI :

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ARIF SRI HIDAYAT
B 100 050 129

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perubahan yang besar terjadi dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah perubahan dibidang bisnis dan ekonomi. Perubahan-perubahan yang terjadi didunia bisnis tersebut ternyata memicu peningkatan intensitas persaingan antar produk dan antar perusahaan, baik di pasar lokal maupun global. Meningkatnya intensitas persaingan yang ketat tersebut menjadikan bisnis sebagai ajang pertempuran untuk memperebutkan posisi yang paling tinggi diantara yang lain. Dalam era global sekarang ini, perusahaan tidak hanya menghadapi kenyataan informasi apa yang dapat pelanggan beritahukan pada perusahaan. Globalisasi merupakan era yang menjanjikan keterbukaan dan kebebasan, dimana komunikasi yang merupakan sarana untuk mendapatkan informasi diharapkan dapat dilaksanakan dengan mudah dan efektif. Maka perubahan-perubahan dalam bidang teknologi komunikasi terus berlanjut. Semakin canggihnya teknologi seakan jarak bukan penghalang untuk berkomunikasi. Seiring dengan berkembangnya sarana komunikasi banyak perusahaan penyedia layanan komunikasi yang bermunculan.

Perkembangan telekomunikasi seluler (handphone) juga diikuti oleh adanya volume penjualan yang mengalami kenaikan. Para pengguna

handphone dulu hanya terbatas pada kalangan bisnis, namun sekarang ini sudah mulai merambah berbagai kalangan masyarakat mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai negeri bahkan masyarakat biasa sudah banyak yang menggunakannya. Karena komunikasi pada saat sekarang ini sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan handphone merupakan salah satu alat untuk telekomunikasi yang dapat memenuhi kebutuhan akan pentingnya komunikasi.

Saat ini produk handphone sangat beraneka ragam, berbagai jenis handphone ditawarkan dengan berbagai keunggulan. Bagi masyarakat, semakin banyak pilihan yang ada merupakan suatu keuntungan tersendiri. Hal tersebut akan menambah alternatif pilihan yang dapat digunakan dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Diantara produk handphone yang ada Nokia, Siemens, Sony Ericsson, Motorola, Samsung, Panasonic, Philip merupakan handphone yang mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia, karena kecanggihannya teknologi serta fitur-fiturnya yang lengkap.

Menurut salah satu situs internet (wap.vivanew.com) Sony Ericsson merupakan produsen terbesar kedua yang mempunyai penjualan terbesar di Indonesia setelah Nokia. Adapun setelah adanya krisis global banyak sekali produsen yang mengalami penurunan. Untuk menghindari dampak krisis finansial global, Sony Ericsson memiliki dua strategi, yaitu mengklasifikasi produk lebih jelas dan sesuai dengan segmentasi pasar. Adapun strategi yang kedua adalah dengan merilis ponsel-ponsel yang relevan dengan budaya lokal

Indonesia. Dengan strategi-strategi tersebut terbukti menarik konsumen dari berbagai kelas sosial untuk melakukan pembelian.

Kompleknya perilaku konsumen di sebabkan oleh faktor internal konsumen yakni adanya kebutuhan manusia yang tak terbatas, selain pengaruh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung pada perilaku konsumen. Perilaku inilah yang perlu mendapat perhatian para pemasar, karena dengan mengetahui bagaimana konsumen berperilaku, pemasar akan dapat dengan mudah mempengaruhi agar mau menggunakan produk yang ditawarkan. Perubahan yang pesat di lingkungan masyarakat mempengaruhi perilaku dan selera konsumen, sehingga konsumen akan bebas dalam memilih produk yang diinginkan.

Pengaruh perubahan sikap konsumen ini telah menyebabkan manajemen pemasaran untuk selalu berusaha mempengaruhi pengenalan produk terhadap konsumennya, yaitu dengan mengevaluasi kembali kebutuhan dan keinginan konsumen serta membuat inisiatif, kreatif, dan inovatif serta tidak lupa memperhatikan kualitas, model, harga dan purna jual. Demikian pula dengan perilaku konsumen yang selalu mengalami perubahan. Perubahan perilaku dan selera konsumen dapat terjadi sewaktu-waktu akibat dari karakteristik konsumen, selain itu pengaruh dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun dari lingkungan sekitar yang turut mempengaruhinya. Berdasarkan hal itu dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, MODEL DAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN**

PEMBELIAN HANDPHONE SONY ERICSSON (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, pokok masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara harga, kualitas, model dan purna jual terhadap keputusan pembelian handphone Sony Ericsson?
2. Manakah diantara harga, kualitas, model dan purna jual yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Sony Ericsson?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara harga, kualitas, model dan purna jual terhadap keputusan pembelian handphone Sony Ericsson;
2. Untuk mengetahui faktor mana yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian handphone Sony Ericsson.

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mempraktekkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam keadaan nyata.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen di masa yang akan datang.

3. Bagi orang lain atau lembaga

Hasil penelitian dapat mendukung pelaksanaan program pengembangan keilmuan bagi masyarakat dan untuk para peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai acuan penelitian.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi yang dipakai dalam penulisan yang meliputi tinjauan umum tentang pemasaran, perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Disini dikemukakan secara singkat tentang kerangka pemikiran, hipotesis, sumber data, dan jenis data, serta analisis data.

BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum perusahaan, data yang diperlukan, analisis data, pembahasan, serta hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang bermanfaat bagi perusahaan.