

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Semakin cepatnya perubahan dan perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin maraknya muncul produk-produk baru dengan inovasi yang cemerlang. Dunia bisnis yang semakin kompetitif ini ditanggapi oleh sejumlah industri maupun perusahaan yang sudah pada level global, salah satunya adalah industri dalam bidang telekomunikasi.

Telepon genggam atau *handphone* (HP) merupakan alat komunikasi yang fungsinya berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. *Handphone* yang pada awalnya diciptakan sebagai alat komunikasi, kini telah dibekali dengan berbagai kelengkapan yang membuatnya semakin mempunyai nilai lebih. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan *handphone* yang dulunya hanya dikuasai oleh beberapa merek besar seperti Nokia, Sony Ericsson, Motorola, dan Samsung. Para produsen saling berlomba untuk menciptakan produk unggulannya.

Handphone adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan *telpon fixed line konvensional*, namun dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (*wireless*). Selain berfungsi untuk melakukan dan menerima panggilan telepon, *handphone* umumnya juga mempunyai fungsi

pengiriman dan penerimaan pesan singkat atau *Short Message Service (SMS)*. *Handphone* mengikuti perkembangan teknologi digital, ponsel juga dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur seperti bisa menangkap siaran radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio (MP3) dan video, kamera digital, *game*, dan layanan internet. Adapula yang menyediakan layanan generasi ketiga (3G).

Banyaknya fitur yang disediakan oleh ponsel dan kemudahan dalam pengoperasiannya serta mudah dibawa kemana-mana apalagi bagi orang-orang yang mempunyai tingkat mobilitas tinggi, menjadikan *handphone* dalam perkembangannya beberapa dekade terakhir ini telah menjelma menjadi suatu alat komunikasi yang mutlak untuk dimiliki oleh setiap orang. Dengan menggunakan keunggulan dalam bidang teknologi, semakin menjadikan *handphone* sebagai salah satu alat komunikasi yang paling cepat berkembang dan diminati oleh masyarakat di dunia.

Hal ini menandakan telah terjadi perubahan dalam pola perilaku masyarakat. Dahulu, *handphone* hanya digunakan oleh kalangan tertentu misalnya, orang-orang kaya atau para pengusaha, namun sekarang hampir seluruh golongan masyarakat baik tua maupun muda, laki-laki maupun perempuan, pejabat maupun pekerja buruh termasuk para pelajar bergantung pada *handphone* setiap harinya. Sehingga dapat dilihat betapa banyaknya *handphone* yang telah beredar di lingkungan sekitar. Kayatmo menyatakan jumlah seluruh unit posel terjual di Indonesia mencapai berkisar 3, 1 juta unit pada bulan Mei 2011. Dari total penjualan tersebut, 25% adalah *smartphone*. (www.detiknet.com).

Melihat fenomena seperti itu membuat para produsen telepon genggam semakin bergairah untuk terus menciptakan produk yang mampu memikat konsumen untuk terus membeli produknya. Produsen dituntut untuk tidak sekedar menciptakan produk apa adanya tetapi harus memahami apa keinginan dan kebutuhan konsumennya. Hal tersebut dibutuhkan produsen agar mampu bersaing dengan produsen lainnya. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang tepat sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen. Banyaknya jumlah produsen menyebabkan perusahaan harus menciptakan produk yang mempunyai nilai lebih dibandingkan produsen lain dengan melakukan inovasi produk.

Keadaan seperti itu menuntut para pemasar untuk terus mengikuti perkembangan perilaku konsumen khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Menurut Kartajaya (2005) keputusan konsumen untuk membeli atau tidak ini dipengaruhi oleh sejumlah variabel internal dan eksternal yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan individu, strategi pemasaran, dan proses psikologi.

Zaman sekarang *handphone* berbasis Android sangat populer, misalnya seperti Sony Ericsson Xperia X10 atau Samsung Spica yang sistem operasinya memakai Android. Mendengar kata Android, maka akan teringat pada robot luar angkasa. Android merupakan sebuah sistem operasi, seperti halnya Symbian atau Windows Phone. Android dikembangkan dengan sistem operasi linux dan semua aplikasi dibuat dengan menggunakan java, karena sifatnya

yang *open source*, maka android kini menjadi pilihan para vendor untuk menghadirkan ponsel berbasis Android. *Handphone* Android di Indonesia kini bak kencang saja. Terbukti angka penjualan yang semakin hari semakin bertambah, maka tak heran para vendor lokal maupun global tersebut memperebut posisi puncak dikanca ponsel Android.

Realita tersebut merupakan salah satu pendukung bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *handphone* Android. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor inovasi (*innnovative*), multimedia, desain (*design*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*), pengaruh dari luar (*outside influence*) mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian telepon seluler pada penelitian Karjaluo, *et.al* (2005) dalam Sanjaya (2008).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bram Sanjaya pada tahun 2008 yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian telepon seluler di Surakarta (studi pada Mahasiswa di Surakarta). Penelitian tersebut mengukur faktor inovasi (*innnovative*), multimedia, desain (*design*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*), pengaruh dari luar (*outside influence*) mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian telepon seluler. Hasil penelitiannya adalah secara bersama-sama faktor inovasi (*innnovative*), multimedia, desain (*design*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*),

pengaruh dari luar (*outside influence*) berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ponsel pada mahasiswa di Surakarta. Secara parsial variabel inovasi (*innnovative*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*), pengaruh dari luar (*outside influence*), berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ponsel pada mahasiswa di Surakarta. Secara parsial variabel multimedia dan desain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ponsel pada mahasiswa di Surakarta. Variabel harga paling dominan berpengaruh terhadap pembelian ponsel pada mahasiswa di Surakarta.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk memilih judul ini **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Ponsel Berbasis Android”**

B. Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dalam pembelian ponsel Android. Variabel independen yang diteliti adalah faktor inovasi (*innovative*), multimedia, desain (*design*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*) reliabilitas (*reliability*), pengaruh dari luar (*outside influence*). Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang menggunakan ponsel Android.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor inovasi (*innovative*), multimedia, harga (*price*), desain (*design*), kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*), dan pengaruh dari luar (*outside influence*) berpengaruh signifikan terhadap pembelian ponsel Android?
2. Apakah faktor harga paling signifikan mempengaruhi pembelian ponsel Android?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh faktor inovasi (*innovative*), multimedia, desain (*design*), harga (*price*), merek dan kelengkapan dasar (*brand and basic properties*), reliabilitas (*reliability*) dan pengaruh dari luar (*outside influence*) terhadap pembelian ponsel Android pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Yogyakarta (UMY).
2. Untuk menganalisis apakah faktor harga paling signifikan mempengaruhi pembelian ponsel Android.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga bisa digunakan perusahaan untuk menetapkan strategi penjualan produk mereka.

2. Bagi Peneliti

Dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan di bangku kuliah dan dipraktekkan dalam realita dunia pemasaran, menambah pengetahuan dan kemampuan dalam menganalisis suatu masalah dan memberikan solusi sebagai pemecahan masalah.

3. Bagi Pihak Lain

Menjadi sumber informasi yang berguna dan memberikan gambaran dalam penyusunan skripsi.