

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia mempunyai berbagai kebutuhan mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan tersier yang ingin terpenuhi. Sesuai dengan perkembangan jaman, dimana manusia sebagai makhluk yang mempunyai kebutuhan tidak terbatas, tentunya manusia akan sangat selektif dalam mengonsumsi suatu barang maupun jasa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Mereka membeli produk-produk yang ditawarkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk tentunya senantiasa menentukan sendiri apa yang ingin dibeli dan dikonsumsinya.

Salah satunya dalam hal komunikasi, pemenuhan kebutuhan komunikasi pun semakin beragam, mulai dari cara konvensional yaitu surat menyurat sampai dengan cara yang lebih modern, yaitu dengan adanya telepon. Kini pun perkembangan telepon semakin canggih dengan adanya telepon genggam atau yang biasa disebut dengan telepon seluler. Komunikasi yang salah satunya menggunakan telepon seluler mulai menjadi salah satu kebutuhan manusia disamping kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan. Telepon merupakan kebutuhan telekomunikasi yang menjadi salah

satu bagian hidup dari manusia dalam berhubungan atau melakukan kontak dengan individu lainnya.

Berdasarkan hal itu maka perusahaan-perusahaan penyedia produk telepon seluler pun mulai saling bersaing dalam mengambil hati para konsumen agar mau membeli produk mereka. Seiring dengan perkembangan penggunaan telepon seluler atau ponsel yang pada saat ini sudah sangatlah pesat, maka tidak mengherankan jika tingkat persaingan di pasaran ponsel akhir-akhir ini semakin marak dan ketat sehubungan dengan hadirnya berbagai merek dan ponsel. Kalangan mahasiswa yang juga menjadi salah satu segmen konsumen terbesar ponsel pun mulai dimanjakan dengan hadirnya ponsel-ponsel yang memang cocok untuk segmen anak muda. Bisa dikatakan hampir setiap bulan para produsen mengeluarkan produk-produk baru unggulan mereka. Bukan hanya model yang memikat, fitur-fitur dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin canggih

Banyaknya model yang ada di pasaran pada akhirnya menempatkan konsumen sebagai pihak yang diuntungkan. Persaingan yang dihadapi pun bukan hanya dari segi harga dan promosi saja, akan tetapi juga melibatkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen ponsel dalam melakukan keputusan pembelian produk tersebut. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat setiap perusahaan produsen ponsel

berlomba-lomba dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta selalu memperhatikan keinginan pelanggan. Para produsen harus terus menerus melakukan inovasi dan diversifikasi produk dengan segala kelebihan fiturnya yang dituntut untuk lebih canggih dan lebih inovatif dari para pesaingnya. Dengan ketatnya persaingan pada perusahaan telekomunikasi tersebut akhirnya memberikan alternatif pilihan pada konsumen untuk membeli produk yang benar-benar sesuai dengan harapannya.

Pada dasarnya pengambilan keputusan akan pembelian produk oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor *marketing mix* saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat pribadi atau personal. Keputusan dalam membeli ponsel bagi konsumen adalah keputusan yang penting karena terkait dengan kebutuhan telekomunikasi. Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian ponsel untuk sarana telekomunikasi pun semakin beragam dan sering juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.

Berdasarkan pertimbangan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul : “ **Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Ponsel Nokia** ”

B. Batasan Masalah Penelitian

Agar penelitian ini terarah pada perumusan masalah yang telah dirumuskan dan untuk menghindari timbulnya salah pengertian serta tinjauan yang terlalu luas maka perlu adanya pembatasan masalah, yakni :

Variabel yang digunakan dalam meneliti pengaruh faktor-faktor eksternal dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana pengaruh faktor kebudayaan dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia ?
2. Bagaimana pengaruh faktor kelas sosial dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia ?
3. Bagaimana pengaruh faktor kelompok referensi dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia ?
4. Bagaimana pengaruh faktor keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia ?

5. Bagaimana pengaruh faktor-faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis faktor kebudayaan dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor kelas sosial dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor kelompok referensi dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.
5. Untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai penerapan teori-teori ekonomi di lapangan yang telah didapatkan di bangku kuliah mengenai manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen Nokia untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor eksternal dalam pengambilan keputusan pembelian ponsel Nokia.