

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produsen, alat-alat komunikasi seperti *handphone* yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk-produk sebelumnya, dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi. Dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba agar dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk *handphone* atau *smartphone* jenis tertentu.

Hampir setiap individu menggunakan telepon seluler (*handphone*) dalam kehidupannya, memang diakui sangat sulit untuk tidak menggunakan *handphone* dalam jangka waktu sehari saja. Namun lama kelamaan, *handphone* bukan hanya sekedar menjadi kebutuhan, akan tetapi juga menjadi alat pengukur tingkat sosial individu pemakai *handphone*. Sebagai buktinya, sekarang anak muda dan juga dewasa selalu menenteng *handphonenya*

ditangan, konsumen saat ini tidak lagi membeli *handphone* semata-mata karena kebutuhan akan telekomunikasi namun juga untuk menunjang statusnya di masyarakat.

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia telekomunikasi pada saat ini. Disamping itu banyaknya perusahaan teknologi telepon genggam bermunculan berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat memantau perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk.

Produk *handphone* merek Samsung sebagaimana diketahui adalah salah satu produk *handphone* yang semakin lama semakin banyak digemari oleh masyarakat khususnya *handphone* yang berbasis *OS Android*. Kemudahan, kecepatan serta aplikasi yang cukup banyak membuat masyarakat menjadi semakin tertarik untuk memiliki *handphone* ini. Dengan semakin banyaknya

*handphone* yang ada dipasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen *handphone* untuk mengetahui pola pembeliannya. Dengan banyaknya merek *handphone* yang ada dipasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya melakukan promosi, inovasi dan harga. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen berusaha agar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang konsumen.

Kompas.com Samsung Galaxy J1 Mini dinobatkan sebagai *Smartphone* yang paling laris atau laku dibeli sepanjang kuartal ke-II 2016 (April-Juni) di Indonesia *Smartphone* tersebut menjadi “raja” di Tanah Air dengan menguasai pangsa pasar sebesar 5,2%. Laporan pasar dirilis oleh Firma *Counterpoint*, sebuah lembaga riset yang berpusat di Asia, Samsung menjadi pemimpin pasar *Smartphone* di Indonesia sebesar 22%.

Selain Galaxy J1 Mini yang duduk di puncak, Galaxy J2, Galaxy J1 2016, dan Galaxy J3 berada dalam daftar nomer 2. Sementara itu, posisi 3 dan ke 4 *Smartphone* yang paling laku di Indonesia ditempati oleh Vendor Oppo dengan perangkat Oppo F1 dan Oppo Neo 7. Counterpoint, Kamis (25/8/2016)

Penelitian ini memfokuskan pada produk dan keputusan konsumen serta mengkaji penelitian-penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen diantaranya adalah seberapa baik produk diminati pembeli dari perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai (budaya),

persepsi seseorang memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat (sosial), persepsi pekerjaan seseorang mempengaruhi produk yang akan dibelinya (pribadi), pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai suatu produk (psikologis).

Dari uraian tersebut diatas maka judul penelitian ini adalah: **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian *Handphone* Merek Samsung Pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo** (Study kasus pada konsumen *handphone* merek Samsung pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo)

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah faktor budaya, berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo?
- 2) Apakah faktor sosial, berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo?
- 3) Apakah faktor pribadi, berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo?

- 4) Apakah faktor psikologis, berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo?
- 5) Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo?

### 1.2.1 Batasan Masalah

Batasan masalah ini menjadi penting agar pokok permasalahan yang diteliti tetap terfokus dan tidak melebar sehingga dapat mempermudah, menjelaskan pembahasan, maka perlu dibuat batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah terbatas pada :

1. Permasalahan yang dibahas adalah sebatas pada budaya, sosial, pribadi, dan psikologis
2. Prilaku konsumen dalam membuat keputusan
3. Objek penelitian ini adalah konsumen *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Cellular Ponorogo yang menggunakan *handphone* merek Samsung dengan pertimbangan bulan tersebut masih aktif menggunakan *handphone* merek Samsung sehingga mempermudah dalam proses mendapatkan data.
4. Dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2016.

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a) Mengetahui dan menganalisis faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo
- b) Mengetahui dan menganalisis faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo
- c) Mengetahui dan menganalisis faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo
- d) Mengetahui dan menganalisis faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo
- e) Mengetahui dan menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli produk *handphone* merek Samsung di Toko Artomoro Celluler Ponorogo.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

a) Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan di perpustakaan, dan sebagai bahan informasi untuk bahan penelitian dengan tema yang sama serta sebagai persyaratan penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dan mendapatkan gelar Sarjana.

b) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan peneliti untuk mengetahui lebih lanjut tentang sistem pendokumentasian yang sedang berjalan di Perguruan Tinggi serta meningkatkan kinerja pesimis agar lebih mampu dalam bereksperimen dalam melakukan pola berfikir agar lebih baik lagi serta sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dan menerapkan teori yang telah diperoleh di Perguruan Tinggi.

c) Bagi Pihak Lain

Tujuan dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pembaca sebagai sumber informasi dan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak lain khususnya bagi angkatan selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama.