

JURNAL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
HANDPHONE SAMSUNG
(Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel)**

*Diajukan Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

ZAIRIN
NIM : 1225104

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN/ S-I

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN**

2016

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN HANDPHONE
SAMSUNG(Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel)**

Artikel ilmiah ini dibuat salah satu syarat kelulusan Studi sarjana (S-1)
di Universitas Pasir Pengaraian

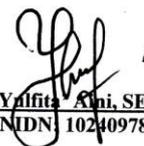
Ditetapkan dan disahkan di Pasir Pengaraian
Pada tanggal 2 November Tahun 2016

Oleh:

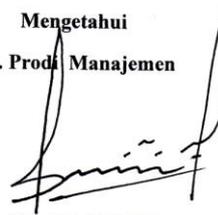
Pembimbing I


Mahmur, SE. MMA
NIDN: 1010038001

Pembimbing II


Yulfiti Aini, SE. MM
NIDN: 1024097802

Mengetahui
Ka. Prodi Manajemen


Seprini, SE. MM
NIDN : 1025097804

Surat Pernyataan Sumber Tulisan Artikel Ilmiah

Saya yang menandatangani surat pernyataan ini:

NAMA : ZAIRIN

NIM : 1225104

- 1) Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang saya tulis benar bersumber dari kegiatan penelitian/ perencanaan yang telah dilakukan sendiri oleh penulis bukan oleh pihak lain.
- 2) Naskah ini belum pernah di terbitkan/ dipublikasikan dalam bentuk prosiding maupun jurnal sebelumnya

Dengan surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa paksaan pihak manapun juga untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pasir Pengaraian, November 2016

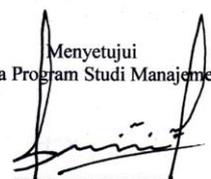
Yang Membuat Pernyataan


ZAIRIN
NIM: 1225104

Pembimbing I


M. MARMUR, SE. MMA
NIDN: 101 0038001

Menyetujui
Ketua Program Studi Manajemen


SEPRINI, SE. MM
NIDN: 1025097804

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel)

Zairin¹⁾, Makmur²⁾, Yulfita' Aini³⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian

¹⁾Zairin.zai70@gmail.com; ²⁾Makmur@gmail.com; ³⁾yulfitaaini@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Toko Bola Dunia Ponsel, tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli ponsel merek Samsung, penelitian ini berjumlah 83 orang dengan teknik *simple random sampling* dimana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diseleksi sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan hasil pengolahan data dengan cara menggunakan metode observasi, kuesioner, Dokumentasi. Dengan hasil dari rekapitulasi jawaban Responden yaitu Kebudayaan dengan jumlah $.244 > 0,05$, Pribadi dengan jumlah $.635 > 0,05$, Psikolog dengan jumlah $1.840 > 0,05$, dan Kebutuhan Sosial $.692 > 0,05$. Sedangkan besar nilai uji F hitung 29.135 dengan signifikan $0.000 < 0,05$. Nilai F tabel = 15.089. Dengan demikian nilai F hitung = (15.089) lebih besar dari F tabel (0.254) jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikolog, dan Kebutuhan Sosial mempengaruhi minat masyarakat dalam Membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu, sedangkan faktor sosial tidak mempengaruhi.

Kata Kunci: Faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikolog, Sosial, Kebutuhan sosial,

A. Latar Belakang

Sebuah teknologi pada hakikatnya diciptakan untuk membuat hidup manusia menjadi semakin mudah dan nyaman. Kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini membuat hampir tidak ada bidang kehidupan manusia yang bebas dari penggunaannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Seiring arus globalisasi dengan tuntutan kebutuhan pertukaran informasi yang cepat, peranan teknologi komunikasi menjadi sangat penting.

Isi pesan media komunikasi seringkali tidak mempengaruhi masyarakat yang kini melainkan

bentuk dan jenis media itu sendiri. Banyak bentuk-bentuk teknologi baru dalam komunikasi yang kita kenal, seperti telepon selular (ponsel), surat elektronik, satelit, mesin faksimili, dan lain-lain. Teknologi komunikasi dalam wujud ponsel merupakan fenomena yang paling unik dan menarik dalam penggunaannya. Ponsel yang mudah dibawa kemana saja kini tidak lagi mengenal.

Toko Bola Dunia Ponsel (BDP) merupakan tempat pembelian hp yang terlaris dipasir pengaraian dimana Bola Dunia Ponsel banyak menjual bermacam merek

Handphone yaitu, Handphone Nokia, Samsung, Oppo, dan lain- lain. Adapun hasil penjualan Toko Bola Dunia Ponsel (BDP) Handphone adalah Sebagai berikut:

Tabel1.1 Jumlah Penjualan

No	Nama Hp	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Samsung	400 Unit	450 Unit	510 Unit	220 Unit	105 Unit
2	Oppo	300 Unit	500 Unit	560 Unit	65 Unit	50 Unit
3	Nokia	50 Unit	55 Unit	40 Unit	20 Unit	18 Unit
4	Mito	300 Unit	250 Unit	215 Unit	160 Unit	100 unit

Sumber Toko BDP handphone 2011-2015

Dari Tabel 1.1 Setiap tahun permintaan konsumen tentang elektronik meningkat data kita lihat bahwa handphone Samsung setiap tahunnya meningkat yaitu dari tahun 2011-2013, yang paling laris setiap tahunnya mengalami peningkatan, sedangkan merek Oppo minat konsumen menduduki posisi ke dua dapat kita lihat dari tahun 2011-2013, kemudia diikuti oleh produk – produk lainnya, sedangkan tahun 2014 sampai tahun 2015 sekarang konsumen membeli barang elektronik terutama handphone sangat berkurang dikarenakan krisis ekonomi. Bola Dunia Ponsel adalah salah satu toko yang menjual berbagai merk ponsel seperti Nokia, Ericsson, Samsung, Siemens, Motorola, Alcatel, dan lain-lain. Masing-masing tidak berhenti bersaing mencari pasar melalui produk terbaru hanya dalam kurun waktu yang relatif singkat. Usia dan kalangan, bahkan disebut sekarang ini ponsel telah menjadi “teknologi yang merakyat.

Hal ini berbeda dengan dahulu yang biasa disebut “telepati” (komunikasi antara dua manusia

yang tidak bergantung pada tempatnya) dan sudah menjadi perwujudan riil yang biasa, yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Ponsel disamping itu juga dapat merubah makna dari “kesendirian”. Kesendirian itu dapat menjadi suatu suasana yang lebih ramai dan hidup. Dengan satu ponsel yang canggih saja, kita dapat mendengarkan musik, bermain games, internet, foto-foto, menonton video, dan lain-lain meskipun kita berada dalam satu ruangan sendirian tanpa ada apapun.

Dari sekian kelebihan di toko Bola Dunia Ponsel bahwa toko tersebut adalah melakukan pendekatan kepada para konsumen dengan komitmen agar masyarakat dan konsumen ingin membeli (hp) di toko tersebut, dengan mempengaruhi proses yang transaksional tersebut. Sering kali pemilik toko tersebut sering komunikasi yang dinamis dan timbal balik dirasakan menurun kualitas dan kuantitasnya pada interaksi tatap muka.

Terdapat banyak fenomena dimana tentang penggunaan (hp) lebih memilih memainkan atau menggunakan ponselnya, meskipun ia berada ditengah-tengah suatu kegiatan atau sosialisasi dengan orang-orang disekitarnya. Berdasarkan Survey yang dilakukan peneliti, menyebutkan bahwa 60% dari respondennya lebih senang mengirim dan membaca SMS atau memainkan games ponselnya ditengah acara keluarga yang dianggap membosankan.

Menurut peneliti Pengertian perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat dalam mendapatkan

mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan, perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka, perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.

Menurut survey yang dilakukan peneliti terdapat informasi dari toko Bola Dunia Ponsel Handphone pada tahun 2011-2013 toko Bola Dunia Ponsel mampu menjual produk Samsung sangat tinggi atau banyak yang dibeli oleh konsumen dimana toko Bola Dunia Ponsel (BDP) pernah mendapat banyak atau mampu memasarkan hp Samsung melebihi standar penjualan kekonsumen, begitujuga dengan masyarakat terutama masyarakat Kabupaten Rokan Hulu banyak menggunakan ponsel (hp), baik dari anak-anak sampai orang dewasa, begitu juga dengan baik dari ekonomi rendah sampai ekonomi

D. Landasan Teori

Pegertian perilaku konsumen

Menurut Nugroho (2013: 2) pengertian perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat dalam mendapatkan mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan. Sedangkan menurut Peter J. Paul dan Olson (2000) mendefinisikan perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi,

keatas sekarang telah menggunakan alat komunikasi sehingga masyarakat Kabupaten Rokan Hulu tidak ketinggalan zaman. Adapun hp yang banyak di gunakan oleh masyarakat Kabupaten Rokan Hulu adalah handphone merek Samsung. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka dapat diketahui bahwa penggunaan media teknologi komunikasi ponsel merek Samsung saat ini lebih banyak diminati oleh masyarakat Kabupaten Rokan Hulu. Penggunaan ponsel sebagai alat komunikasi sehingga konsumen tertarik untuk membeli.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan menjadi fokus kajian dalam penelitian ini adalah :

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli ponsel merek Samsung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli ponsel merek Samsung.

perilaku dan kejadian sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka, perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Nugroho (2013:10) adalah :

a. Faktor kebudayaan
Adalah penentuan yang paling dasar keinginan dan seseorang, sehingga bisa memberikan semangat baik, meliputi memilih, memiliki, mempunyai rasa ingin tau.

b. Faktor Sosial
Adalah dimana faktor sosial meliputi yaitu kelompok referensi, keluarga, peran status.

c. Faktor pribadi
Adalah yang termasuk dalam faktor pribadi adalah umur, tahapan dalam siklus kehidupan, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keperibadian dan konsep diri.

d. Faktor psikolog
Adalah yang termasuk didalamnya adalah motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

e. Kebutuhan sosial
Pelayanan jasa terdapat keterkaitan antara faktor kebutuhan sosial yaitu pelayanan, kenyamanan, dan produk.

Proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dengan pengenalan kebutuhan, ketika rangsangan tersebut memicu kesadaran akan keinginan yang tidak terpenuhi. Jika informasi tambahan dibutuhkan untuk membuat sebuah keputusan pembelian, maka konsumen akan berupaya melakukan

pencarian informasi baik internal maupun eksternal. Konsumen selanjutnya mengevaluasi informasi tambahan dan membuat garis-garis besar pembelian. Akhirnya, sebuah keputusan pembelian dibuat. (Danang, 2013 : 1).

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengetahuan mengenai pemasaran menjadi penting bagi perusahaan pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mengakibatkan melambatnya pertumbuhan perusahaan.

Media teknologi Komunikasi

Ponsel

Menurut Gouzali Saydam (2005 : 123), teknologi komunikasi pada hakikatnya adalah penyaluran informasi dari satu tempat ke tempat lain melalui perangkat telekomunikasi (kawat, radio atau perangkat elektromagnetik lainnya). Informasi tersebut dapat berbentuk suara (telepon), tulisan dan gambar (telegraf), data (komputer), dan sebagainya.

E. Teknik Analisis Data

1. Regresi linear berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan bentuk persamaan regresi $Y = a + b_1$

$x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4$ \sum
dimana Y adalah perilaku konsumen, adalah konstanta nilai minat beli jika tidak ada perubahan pada nilai iklim organisasi, b adalah nilai koefisien, variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan \sum adalah besarnya nilai variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini, adapun arti dari rumus diatas adalah:

Dimana :

a = Kontra linier Perilaku Konsumen
 x_1 = Faktor kebudayaan
 x_2 = Faktor sosial
 x_3 = Faktor pribadi
 x_4 = Faktor psikolog
 b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien variabel x_1, x_2, x_3, x_4

2. Uji Signifikan (t)

signifikasi pengaruh, yaitu apakah pengaruh yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi yang ada, maka perlu diuji signifikasinya. Sugiyono (201 : 245) Rumus Uji Signifikasi ditunjukkan pada rumus berikut ini :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi yang ditemukan

n = 10, taraf kesalahan 5%

Ketentuan :

- Jika nilai probaliti $0,05 < sig$ maka H_0 ditolak tidak signifikan

- Jika nilai probaliti $0,05 > sig$ maka H_0 diterima signifikan.

3. Uji F

Adalah Uji hipotesis dengan melakukan F hitung dengan mencari besarnya F hitung yang akan digunakan dengan F tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$F_0 = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

4. Koefisien determinasi (R^2)

Adalah digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.

F. PEMBAHASAN

Diketahui bahwa faktor kebudayaan yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli Hp merek Samsung Di toko dunia ponsel Kabupaten Rokan Hulu adalah Tingkat Capaian Respondennya berada diatas 81% (91,8%) berarti faktor kebudayaan berada dalam kategori Sangat Baik, diketahui bahwa faktor Sosial yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli Hp merek Samsung di Toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu adalah Tingkat Capaian Respondennya berada diatas 70% (72%) berarti faktor Sosial berada dalam kategori Cukup Baik, diketahui bahwa faktor Pribadi yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu adalah Tingkat Capaian Respondennya berada diatas 81%

(91,1%) berarti faktor Pribadi berada dalam kategori Sangat Baik, diketahui bahwa faktor Psikologi yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu adalah Tingkat Capaian Respondennya berada diatas 61% (63,3%) berarti faktor Psikology berada dalam kategori Baik, diketahui bahwa indikator Kebutuhan sosial yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli Hp Samsung di Toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu adalah Tingkat Capaian Respondennya berada diatas 81% (92%) berarti indikator Kebutuhan Sosial berada dalam kategori Sangat Baik, diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel untuk setiap item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Sesuai dengan ketentuan yaitu 0,344 bahwa jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka data kuisisioner dikatakan valid, bahwa uji hipotesis yang didapatkan adalah 15.089 berpengaruh terhadap judul hal ini kita buktikan signifikansi > 0.005 yaitu $.000^a$ dapat disimpulkan bahwa Kebudayaan, Pribadi, kebutuhan sosial, berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membeli Hp Merek Samsung di Toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu, dengan dibuktikannya hasil dari rekapitulasi jawaban Responden yaitu Kebudayaan dengan jumlah $.244 > 0,05$, Pribadi dengan jumlah $.635 > 0,05$, Psikology dengan jumlah $1.840 > 0,05$, dan Kebutuhan Sosial $.692 > 0,05$ jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikologi, dan

Kebutuhan Sosial mempengaruhi minat masyarakat dalam Membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu, sedangkan faktor sosial tidak mempengaruhi.

G. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada Toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu dengan jumlah sampel 83 orang dan didapatkan hasil sebagai berikut: Dari hasil rekapitulasi jawaban Responden maka didapatkan hasil yaitu Kebudayaan dengan jumlah $.244 > 0,05$ yang artinya nilai yang dicapai dari hasil kuisisioner pertanyaan tentang kebudayaan nilainya lebih besar dari pada nol koma lima, Pribadi dengan jumlah $.635 > 0,05$ yang artinya nilai yang dicapai dari hasil kuisisioner pertanyaan tentang pribadi nilainya lebih besar dari pada nol koma lima, Psikolog dengan jumlah $1.840 > 0,05$ yang artinya nilai yang dicapai dari hasil kuisisioner pertanyaan tentang psikolog nilainya lebih besar dari pada nol koma lima, dan Kebutuhan Sosial $.692 > 0,05$ yang artinya nilai yang dicapai dari hasil kuisisioner pertanyaan tentang kebudayaan nilainya lebih besar dari pada nol koma lima jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikolog, dan Kebutuhan Sosial mempengaruhi minat masyarakat dalam Membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu, sedangkan faktor sosial tidak mempengaruhi konsumen

pada toko bola dunia ponsel Kabupaten Rokan Hulu.

H. Saran

1. Disarankan kepada Kepala pemilik Toko Bola Dunia Ponsel agar dapat lebih memotivasi anggotanya, agar bisa melayani konsumen dengan baik.
2. Kepada seluruh karyawan agar bisa memberikan pelayanan dan keterangan tentang Hp yang konsumen inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ariyanti. 2004. *Kegunaan pitur yang ada di hendphone*. Jakarta
- Budiyono. 2005. *Studi Mengenai Pengetahuan Strategi Produk. Indonesia* :Vol.3.No.3.
- Batwil, 2004. *Pengaruh Variabel Budaya Perusahaan terhadap Komitmen Karyawan dan Kinerja Perusahaan Kelompok Penerbitan Pers Jawa Pos*, Disertasi Universitas Airlangga, Surabaya.
- Fiati. 2005. *Buku kegunaan dan fasilitas ponsel*: Semarang
- Harman. 2005. *Panduan Penggunaan Ponsel*: Jakarta
- Iwan Purwanto. 2006. *Manajemen Strategi*. Bandung : Yrama Widya.
- Jurnal. 2012. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang.
- Jurnal. Abdilah Burhanudin.2009. *Analisis perilaku konsumen pad pembelian daging ayam ras di pasar tradisional dan pasar modern Kota Jember*
- Jurnal. Eriansyah.2013. *Minat beli ayam potong di pasar keputra Surabaya*
- Kotler. 2007. *Marketing, Planning, Implementing and Analizing*. Bandung : Erlangga.
- Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Erlangga.
- Kanuk. 2004. *Consumer Behavior Sevent Edition New Jersey* : Prentice Hall Inc.
- Leon Schiffman. 2008. *Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Mulyadi Nitisusastro. 2013. *Prilaku Konsumen*. Bandung: IKPI.
- Nugroenho J. setiadi. 2004. *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nitisusastro, H. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung : Alfabeta.
- Oesman.2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA
- Purwandi. 2011.*Metode Penelitian* Bandung : ALVABETA.CV
- Rahmat, J. 2005. *Penelitian Komunikasi Antar Budaya. Journal Of Personality and Social*. Bandung: Rosda.
- Robbin, S.P. 2008. *Organizational Behavior*. Jakarta: Penerbit Selemba Empat.

Schiffman, G. 2006. *Consumer Behavior, NJ* : Prentice Hall.

Susanto, AB. 2010. *Membidik Gaya Hidup*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Sumarwan. 2004. *Prilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*.

Bogor : Ghalia Indonesia.

Susilo Martoyo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Rineka Cipta

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : ALVABETA.CV

_____. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed methods)*, Bandung : ALFABETA