

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.

Seiring dengan pertumbuhan industri telekomunikasi telah membawa dampak bagi munculnya bisnis baru yakni berupa telepon seluler atau handphone (HP). 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 telpon 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).

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.

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

lingkungan, perbedaan individu, strategi pemasaran, dan proses pembelian.

Blackberry pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, *Research In Motion* (RIM), smartphone Blackberry adalah perangkat seluler yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, sms, menjelajah internet dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Pengguna gadget canggih ini begitu fenomenal saat ini bahkan menjadi sebuah kebutuhan untuk fashion. Masuk ke Indonesia pada pertengahan desember 2004 oleh operator indosat dan perusahaan starhub dan kemudian diramaikan oleh operator besar lainnya di Indonesia yaitu telkomsel dan Excelcom.

Pada tahun 2011 pengguna *Blackberry messenger* (BBM) saat ini sudah menembus angka seratus limapuluh juta dengan tingkat pertumbuhan 1,5 juta setiap bulannya, atau setiap harinya bertambah 2000 pengguna. Pengguna blackberry di Indonesia sendiri diperkirakan tiga juta pelanggan (www.detik.com).

Realita tersebut merupakan salah satu pendukung penulis untuk melakukan penelitian yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian handphone Blackberry. 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 padapenelitian (Karjaluoto et.al., dalam Bram 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 Ponsel 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 yang telah diuraikan, maka Penulis tertarik untuk memilih judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Pembelian Ponsel Blackberry Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”**

B. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam pembelian ponsel Blackberry. 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 yang menggunakan ponsel Blackberry.

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 Blackberry?
2. Apakah faktor harga paling signifikan mempengaruhi pembelian ponsel

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 Blackberry pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis apakah faktor harga paling signifikan mempengaruhi pembelian ponsel Blackberry pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai sumbangan informasi dan pengetahuan agar dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas pelanggan.

2. Manfaat untuk pengembangan ilmu

Sebagai masukan yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian lebih lanjut

dari penelitian serupa atau sebagai acuan dalam penelitian di