

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik pasar domestic (nasional) maupun dipasar internasional / global, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepada pelanggannya produk yang bermutu. Pelanggan memang harus dipuaskan , sebab kalau mereka tidak puas akan menyebabkan frekuensi pembelian ulang akan turun dan mengakibatkan pelanggan berpindah ke produk lain, dan dapat diramalkan bahwa pendapatan perusahaan tersebut, akan menurun dan pada giliran nya laba akan menurun.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup nya, produsen akan berusaha melakukan berbagai kegiatan yang menunjang, kegiatan pemasaran yang berorientasi pada pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen, peranan komunikasi pemasaran menjadi semakin penting dalam rangka mempengaruhi konsumen.

Dengan memahami hal tersebut, diharapkan produsen akan mampu memotivasi konsumen dengan cara menciptakan makna atau pesan dari produk yang dihasilkan (ditawarkan kepada konsumen). Oleh karena itu

para produsen terlebih dahulu harus memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkan, apa seleranya, dan melihat bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk.

Seiring dengan majunya teknologi, maka kebutuhan masyarakat akan suatu alat komunikasi yang dapat membantu komunikasi antara seseorang dengan lainnya dimanapun, dan kapanpun sangatlah penting. Meningkatnya keinginan masyarakat dalam menggunakan produk handphone merek sony ericsson.

Untuk bisa memenangkan persaingan dalam hal merebut konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama produk handphone merek sony ericsson, maka perusahaan harus mampu memuaskan konsumen dengan cara menghasilkan produk jasa seperti pelayanan jasa produk handphone sony ericsson secara, memberikan diskon dan bonus contohnya, seperti pembelian produk handphone merek sony ericsson akan mendapatkan *memory stick* (M2) + gratis 1 (satu) sarung handphone, dan promosi produk-produk baru dengan harga terjangkau untuk konsumen dan produk yang berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Indikator yang menunjukkan bahwa suatu perusahaan memenangkan persaingan adalah besarnya pangsa pasar yang dikuasai oleh perusahaan tersebut.

Akan tetapi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan produk handphone merek sony ericsson dalam bersaing dengan para

kompetitornya dipasaran, yaitu Faktor-faktor yang menentukan Konsumen dalam melakukan Pembelian Produk Handphone Sony Ericsson Seri W.

Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, perusahaan produk handphone merek sony ericsson dapat mengembangkan strateginya dan mengkonsentrasikan strateginya pada faktor-faktor yang menjadi penentu konsumen dalam melakukan pembelian produk handphone sony ericsson seri W.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian dilakukan untuk menganalisa Faktor-faktor yang menentukan keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone Sony Ericsson Seri W.

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam mengidentifikasi dan pembatasan masalah, penulis mengemukakan semua masalah yang berkaitan erat dengan faktor-faktor yang berpengaruh dalam membeli produk handphone sony ericsson seri W, hal ini mencakup beberapa hal, diantaranya :

- a. Banyaknya bermunculan produk handphone yang menyebabkan terjadinya persaingan dalam penjualan.
- b. Banyaknya produk handphone, menyebabkan konsumen berpindah ke produk handphone lainnya.
- c. Masuknya beberapa produk handphone ke segmen pasar yang sama, dengan menawarkan harga lebih murah, sehingga membuat produk

handphone merek sony ericsson harus berhati-hati dengan kebijakan harga yang telah ditentukan.

- d. Produsen handphone terus mencoba mengembangkan pasar dengan produk-produk baru, sehingga produk handphone merek sony ericsson harus siap dengan inovasi-inovasi terbaru dari produknya.
- e. Perusahaan masih mengalami kesulitan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang menentukan konsumen dalam melakukan pembelian produk.

2. Pembatasan Masalah

- a. Penulis membatasi masalah hanya pada produk handphone sony ericsson seri W.
- b. Penulis membatasi penelitian pada faktor 4 P (produk, harga, tempat dan promosi) yang menjadi pertimbangan pada keputusan konsumen dalam pembelian produk handphone sony ericsson seri W.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di atas maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang menentukan keputusan konsumen membeli produk handphone sony ericsson seri W.
2. Faktor apakah yang dominan dalam menentukan keputusan membeli produk handphone sony ericsson seri W.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan konsumen dalam pembelian produk handphone tipe sony ericsson seri W.
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan dalam menentukan keputusan konsumen terhadap produk handphone sony ericsson seri W.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan mengenai faktor-faktor apa saja yang selama ini masih perlu diperbaiki atau ditingkatkan oleh produk handphone sony ericsson seri W dalam rangka memenuhi apa yang selama ini menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Bagi Penulis, dapat menerapkan teori yang telah didapatkan studi di universitas dan agar lebih memahami ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran.
3. Bagi Mahasiswa, untuk menambah wawasan dalam pengetahuan mengenai analisis faktor-faktor yang menentukan konsumen dalam pembelian produk handphone sony ericsson seri W.

F. Sistematika Penulisan

Adapun skripsi ini tersusun dalam 6 (enam) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian penelitian sistematika penulisannya.

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini mengulas tentang definisi dari bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) juga definisi dari perilaku konsumen, disamping itu juga dijelaskan mengenai kerangka pilihan penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang menjelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, dan definisi operasional variable yang digunakan dalam penyusunan penelitian .

BAB IV : KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang karakteristik responden dalam pembelian produk handphone sony ericsson seri W.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini penulis membahas mengenai penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk handphone sony ericsson seri W.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan berdasarkan atas kesimpulan tersebut penulis memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat.