

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini penggunaan telepon genggam (*handphone*) sudah menjadi salah satu kebutuhan. Hampir semua kalangan masyarakat menggunakan *handphone* sebagai media komunikasi. Hal tersebut dikarenakan sifatnya yang dapat dibawa kemana-mana untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Selain berfungsi sebagai alat telekomunikasi, *handphone* pada saat ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur-fitur dan fasilitas yang menjadikannya menjadi semakin bermanfaat dan menarik.

Perkembangan jumlah pelanggan seluler di Indonesia bisa dikatakan cukup fantastis. Data yang dikeluarkan dari Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) menunjukkan bahwa [jumlah pelanggan seluler](#) di Indonesia pada akhir tahun 2011 telah mencapai lebih dari 240 juta pelanggan 2011, naik 60 juta pelanggan dibanding tahun 2010. Angka ini mendekati jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 258 juta penduduk Indonesia.\*

Para pengusaha industri *handphone* melihat adanya sisi keuntungan dalam keadaan pasar seperti ini. Hal ini meningkatkan persaingan antara pengusaha industri-industri *handphone* di Indonesia yang terlihat dari munculnya berbagai inovasi dan jenis *handphone* dengan berbagai fitur yang disediakan dan disertai dengan atribut-atribut lain yang menarik.

---

\*)[www.teknjournal.com](http://www.teknjournal.com)

Beberapa fitur yang ditawarkan oleh setiap perusahaan *handphone* tersebut diantaranya ukuran layar, jumlah memori RAM, ketajaman kamera dan masih banyak lagi, sedangkan atribut yang berpengaruh dapat berupa harga, lama garansi tiap produk dan lainnya. Dengan perkembangan tersebut, konsumen memiliki banyak pilihan untuk *handphone* yang akan digunakan.

Untuk dapat memenangkan persaingan tersebut, maka produsen *handphone* harus memiliki ketelitian dalam melihat preferensi konsumen dalam memilih *handphone*. Fitur yang akan ditawarkan seharusnya merupakan fitur-fitur yang sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk itu perusahaan perlu melakukan suatu riset pemasaran agar dapat menilai selera konsumen terhadap fitur-fitur yang ditawarkan.

Suatu analisis statistik yang biasa digunakan untuk mengevaluasi preferensi konsumen terhadap pemilihan produk barang atau jasa adalah analisis konjoin. Terdapat dua jenis analisis konjoin yang sering digunakan, yaitu konjoin klasik dan konjoin berbasis pilihan (*choice-based conjoint*). Konjoin klasik umumnya menggunakan pendekatan pemeringkatan kombinasi atribut produk atau jasa dalam memperoleh data. Permasalahan yang mungkin timbul adalah apabila responden harus memberikan peringkat atau rangking terhadap banyak kombinasi atribut produk atau jasa tersebut.

*Metode choise based conjoint* adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi kesulitan dalam masalah pemeringkatan konsep produk yang sangat banyak pada analisis konjoin klasik. Dalam *choice-based conjoint*, responden dihadapkan pada dua pilihan produk hipotetik yang memiliki

karakteristik yang berbeda. Dengan demikian dapat dikatakan pada metode ini data yang diperoleh mencerminkan perilaku pasar.

Dalam penelitian ini akan digunakan metode *choice-based conjoint* untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap beberapa jenis *handphone* dengan fitur-fitur atau atribut yang ditawarkan. Selain itu, responden dihadapkan dengan situasi yang mendekati kenyataan dalam memilih kombinasi atribut produk dan memilih kombinasi yang terbaik dibandingkan yang lainnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana preferensi konsumen dalam memilih *handphone* menggunakan analisis *choice-based conjoint*.

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Andalas angkatan 2012/2013. Pemilihan mahasiswa sebagai sasaran penelitian adalah karena mahasiswa biasanya cukup cepat dalam mengikuti perkembangan jenis *handphone* saat ini.
2. Pada penelitian ini, preferensi konsumen hanya dibatasi untuk dua jenis *handphone*, yaitu *handphone blackberry* dan *handphone android*. Kedua jenis produk *handphone* ini dipilih berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap perkembangan *handphone* saat ini, dimana dikalangan konsumen

mahasiswa yang lebih banyak menggunakan kedua jenis *handphone* tersebut.

3. Pada penelitian ini, atribut-atribut yang diduga mempengaruhi konsumen dalam memilih *handphone* adalah lama garansi yang ditawarkan, harga, ukuran layar yang tersedia, jumlah memori RAM yang tersedia pada *handphone*, dan kualitas kamera yang ditawarkan.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *handphone* menggunakan analisis *choice-based conjoint*. Dalam penelitian ini pilihan konsumen hanya dibatasi antara *handphone blackberry* dan *handphone android*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, dan tujuan penelitian serta sistematika penulisan skripsi ini.

**BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori pendukung yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan skripsi ini.

**BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan menguraikan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan skripsi ini.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil pengolahan penelitian mengenai atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih antara *handphone Blackberry* dan *Samsung Android*

#### BAB V KESIMPULAN

Berisi tentang kesimpulan berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan.