



SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMBELI HANDPHONE BEKAS DI KOTA PADANG**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Tugas Akhir
Mendapatkan Sarjana*

Oleh :

FRANZ OKTAVIANUS

BP. 04 952 024

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2008/2009



No Alumni Universitas

FRANZ OKTAVIANUS

No Alumni Fakultas:

BIODATA

a).Tempat/Tanggal Lahir : Padang/09 Oktober 1986. b). Nama Orang Tua : Indrawarman dan Mulyani. c).Fakultas : Ekonomi.d) Jurusan : Manajemen. e).No.BP : 04952024. f).Tgl Lulus : 21 Februari 2009.g).Predikat Lulus : Sangat Memuaskan.h). IPK : 3.01 i). Lama Studi : 4 Tahun 5 Bulan.j). Alamat : Jl.Tanah Datar 114 Perumnas Siteba Padang

Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Handphone Bekas Di Kota Padang

Skripsi SI Oleh Franz Oktavianus. Pembimbing Dra. Hj. Dewi Susita, MS

ABSTRAK

Penelitian ini membahas permasalahan tentang (1) Apakah faktor fitur, *brand*/merk, harga, ketersediaan suku cadang dan aksesoris, gaya hidup dan acuan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli handphone bekas. (2) Apakah faktor harga, *brand*/merk dan fitur merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli handphone bekas. Penelitian dilakukan di kota Padang dan pengambilan sampel dilakukan secara purposive dan data dikumpulkan melalui kuesioner kepada sebanyak 100 responden. Kuesioner disusun dalam bentuk Skala Likert dan data dianalisis dengan menggunakan analisis faktor dan analisis deskriptif dengan bantuan program SPSS V.13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk membeli handphone bekas adalah fitur, *brand*/merk, harga, ketersediaan suku cadang dan aksesoris, gaya hidup dan acuan. Dari keseluruhan faktor tersebut Faktor fitur handphone, ketersediaan suku cadang, *brand*/ merk merupakan faktor yang paling dominan. Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pedagang handphone bekas yang ada di kota Padang, serta menjadi acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 Februari 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si	Yanti, SE, MM	Dr. Vera Pujani, SE, MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan : Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si
NIP.132 164 008

Tandatangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beriring dengan kemajuan teknologi pada saat ini, setiap orang sangat membutuhkan informasi-informasi. Karena dalam waktu yang singkat akan terjadi perubahan-perubahan lingkungan, keberadaan handphone pada saat ini sangat dibutuhkan oleh setiap orang. Handphone pada saat ini bukan lagi menjadi barang mewah karena hampir seluruh lapisan masyarakat sudah mampu memilikinya.

Pertumbuhan industri telekomunikasi didunia termasuk di Indonesia hingga saat ini tercatat paling tinggi dibandingkan industri yang lain. Pertumbuhan seperti itu bisa terjadi seiring dengan makin dikuasainya semua bidang kehidupan oleh telekomunikasi itu sendiri.

Tingkat kebutuhan manusia yang makin tinggi menuntut layanan komunikasi yang cepat pula, tidak terbatas oleh ruang dan jarak. Itu sebabnya layanan komunikasi yang terutama difasilitasi oleh industri telekomunikasi menjadi kebutuhan yang tidak terelakan. International Telecommunication Union (ITU) yang bertempat di Janewa, Swiss mendukung teori bahwa telekomunikasi merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi, perangsang dan pelumas berputarnya roda ekonomi.

Handphone atau telepon seluler atau ponsel, sekali lagi tak henti-hentinya menebarkan 'pesona'-nya bagi para konsumen maupun calon konsumennya. Daya pikatnya tak lagi terletak pada teknologi canggih komunikasi yang ditawarkan,

namun juga pada lifestyle alias 'gaya hidup', yang mengandung unsur pasti: Gengsi! Komunikasi bukan lagi sebagai satu pilihan, namun kewajiban dan keharusan. Tak heran, kebutuhan akan perangkatnya pun seolah makin 'tak terkendali' alias meningkat, dari waktu ke waktu.

Saat ini, handphone sudah menjadi barang sekunder di kalangan masyarakat pada umumnya. Alat telekomunikasi yang serba praktis dan efisien ini tidak hanya dipakai oleh orang dewasa saja, melainkan anak-anak yang duduk di bangku sekolah saja sudah dapat menikmati hasil teknologi canggih dan mengaplikasi media telekomunikasi tersebut. Para konsumen handphone tidak lagi didominasi dari kalangan menengah atas saja, tapi juga mulai merambah kalangan bawah dari latar belakang pekerjaan yang berbeda. Berbagai merek bersaing di pasar untuk mempromosikan dan mencari konsumen, mulai dari Nokia, Samsung, Sony Ericsson, BenQ-Siemens, Motorola, LG, *Hi-Tech*, *i-mobile* dll.

Namun demikian, walaupun memiliki kebutuhan yang sama akan perangkat ponsel tersebut, tetap saja tak bisa dipungkiri bahwa daya beli masing-masing konsumen maupun calon konsumen tak sama. Banyak 'parameter' atau 'batasan-batasan' yang dimiliki oleh mereka dalam menentukan pilihan akan perangkat ponsel yang akan mereka gunakan selain dari sisi harga, seperti fitur, model, fungsional, dan sebagainya.

Saat ini, ponsel bekas makin diminati oleh para calon konsumen. Karena, para konsumen mulai kreatif dalam berpikir. Daripada mereka membelanjakan uangnya untuk ponsel yang baru dengan fungsi yang 'standard', lebih baik yang bekas namun memiliki fitur 'di atas standard'. Nilai uang yang dikeluarkan memang hampir sama, namun 'kemampuan' yang dimiliki oleh ponsel tersebut

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memfokuskan untuk menganalisis faktor-faktor yang dominan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk pembelian handphone bekas. Penelitian ini difokuskan kepada konsumen di kota Padang yang mana penelitian ini menggunakan 6 faktor yang menjadi variabel penelitian yaitu: faktor fitur handphone, brand / merek, harga, ketersediaan suku cadang, gaya hidup dan acuan dan sampel sebanyak 100 orang responden yang berdomisili di kota Padang. Dimana penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pada hasil determinasi, matrik korelasi menunjukkan angka yang mendekati nol yaitu 0,045. Hal ini menunjukkan bahwa antar variabel terbukti saling berhubungan (berkorelasi) dan korelasi tersebut signifikan dimana nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 sehingga faktor-faktor tersebut layak untuk dianalisis. Hasil pengujian Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling* sebesar 0,588 menunjukkan bahwa pengambilan sampel cukup memadai dengan menggunakan analisis faktor dalam matrik korelasi, karena nilai KMO di atas 0,5 dan Uji Bartlett's yaitu untuk menguji keindependenan dari variabel yang ada. Hasil *Bartlett's test of sphericity* sebesar 2240,443, *significance* sebesar 0,000, hasil ini menunjukkan bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikan $< 0,05$) sehingga model faktor dapat digunakan atau variabel dan sampel sudah layak untuk dianalisis lebih lanjut serta pada hasil *communalities* terlihat bahwa fitur

DAFTAR PUSTAKA

- Assel, Henry, 1996, *Customer Behavior and Marketing Action*, PWS-KENT Publishing Company, Boston.
- Wizardi, Beny, 2004, *Analisis Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Handphone (Studi Pada Konsumen Kota Padang)*, (Tidak Dipublikasikan).
- Craven, David W, and Nigel F. Piercy. 2003, *Strategic Marketing*, 7th Edition, MC Graw-Hill Companies, New York.
- Engel, J.F., Roger D . Blackwell dan Paul W. Minard (1995), *Perilaku Konsumen*, Edisi 6, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Milenium Edici*, Prentice Hall International, Inc.
- Maharani, Dia, 2006, *Analisis Faktor-faktor Yang mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Kartu Seluler Telkomsel Di Kota Padang*, (Tidak Dipublikasikan)
- Maholtra Naresh K, 1996, *Marketing Research, An Applied Orientation*, NJ, Prentice Hall, Inc.
- Santoso, Singgih, 2002, *SPSS Statistik Multivariat*, PT Alex Media Komputerindo, Jakarta. 2001, *Statistik Non Parametrik, Buku Latihan SPSS*, PT Alex Media Komputerindo, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2002, *Panduaan Riset Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sekaran, Umar, 2006, *Research Methods For Business*, 4th Edition, Salemba Empat, Jakarta.