

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut terjadi karena semakin banyak keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini didorong oleh ketersediaan barang maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen cenderung mencari dan mencoba inovasi atau perubahan baru dari suatu produk.

Salah satu kemajuan teknologi tersebut adalah dibidang komunikasi yang ditandai dengan adanya berbagai alat komunikasi yang diciptakan untuk memudahkan sistem komunikasi bagi masyarakat. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana komunikasi menjadikan alat komunikasi sebagai sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Tuntutan akan kebutuhan informasi yang sangat cepat dan mudah membuat para produsen yang bergerak dalam bidang komunikasi melakukan inovasi baru dengan menciptakan alat komunikasi yang praktis, salah satunya yaitu menciptakan telepon seluler (ponsel) atau yang lebih dengan dengan istilah *smartphone*. Telepon seluler atau *smartphone* ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dimana kepemilikannya tidak hanya didasarkan pada fungsi utama *smartphone* sebagai alat komunikasi, tetapi fitur tambahan serta desain produk juga menjadi dasar pertimbangan dalam memutuskan memilih jenis atau merek produk.

Preferensi dapat berbentuk melalui suatu pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan yang mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya, maksudnya konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk itu dan merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang dibelinya maka konsumen akan terus menerus memakai atau menggunakan produk itu, sehingga konsumen mengambil keputusan untuk membeli.

Saat ini preferensi konsumen menjadi lebih kritis dalam memiliki barang dan jasa yang ditawarkan pasar baik dari segi merek, mutu, dan harga serta

pelayanan yang diberikan dan pendapatan yang dimilikinya. Untuk itu perusahaan dapat menyesuaikan produk-produknya dengan preferensi konsumen agar perusahaan dapat terus meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggannya bahkan mungkin pelanggan baru.

Produk yang ideal dimata konsumen adalah harganya murah dan mengandung atribut lainnya yang superior dimata konsumen. Disisi lain kemajuan teknologi yang pesat telah melahirkan tuntutan-tuntutan baru konsumen, dengan kualitas barang yang baik (produk). Oleh sebab itu setiap produsen semakin dituntut menciptakan persepsi yang baik mengenai produk yang ditawarkan (harga dan kualitas), karena kriteria-kriteria tersebut merupakan alat yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi dan menetapkan keputusan dalam pembeliannya (Soeharto, 2007).

Pada saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang menjual smartphone, jumlah smartphone saat ini semakin banyak, membuat persaingan perusahaan semakin ketat. Masing-masing perusahaan berusaha menghasilkan produk yang memiliki kualitas terbaik. Hal tersebut agar para konsumen tidak tertarik dengan produk lain.

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan smartphone Dari 3Q08 - 3Q13(unit million)**

Vendor	3Q08	3Q09	3Q10	3Q11	3Q12	2Q13
Samsung	12.5	23.5	71.6	68.7	93.5	187.4
Nokia	15.4	16.4	114.4	107.5	83.2	87
Apple	6.8	7.3	13.4	24.4	26	31.2
Black Berry	6.0	8.5	12.5	11.8	77	68
Total	40.7	55.7	211.9	212.4	279.7	373.6

Sumber : [www.Gartner.com](http://www.Gartner.com) (Majalah Gartner Desember 2013)

Indah Pramita, 2014

ANALISIS DESKRIPTIF PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE

( Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa penjualan smartphone pada setiap perusahaan mengalami kenaikan setiap tahunnya dimana total pada triwulan yang ketiga pada tahun 2008 sebesar 40.7 juta unit naik menjadi 55.7 juta unit pada tahun 2009, kemudian naik lagi pada tahun 2010 sebesar 211.9 juta unit hingga pada tahun 2013 naik sebesar 373.6 juta unit. Selain dilihat dari penjualannya, dapat juga dilihat dari presentase smartphone dari tiap merek-merek smartphone yang ada pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1. 2**  
**Presentase Smartphone Tahun 3Q2008-3Q2013**

Vendor	3Q08	3Q09	3Q10	3Q11	3Q12	2Q13
Samsung	30.7%	42.2%	33.8%	32.4%	33.4%	50.2%
Nokia	37.8%	29.4%	53.9%	50.5%	29.7%	23.3%
Apple	16.7%	13.1%	6.4%	11.5%	9.4%	8.3%
Black Berry	14.7%	15.2%	5.9%	5.6%	27.5%	18.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber : [www.Gartner.com](http://www.Gartner.com) (Majalah Gartner Desember 2013)

Jika dilihat presentasinya, terlihat bahwa perusahaan smartphone mengalami kenaikan mengalami kenaikan dan penurunan. Pada perusahaan Samsung mengalami penurunan pada tahun 2010 dan 2011 yaitu 33.8% dan 32.4%, kemudian naik dari tahun 2012 sampai 2013 yaitu 33.4% dan 50.2%. pada perusahaan nokia mengalami penurunan pada tahun 2009 yaitu 29.4% kemudian naik menjadi 53.9% pada tahun 2010, dan mengalami penurunan setiap tahunnya dari tahun 2011-2013 yaitu 50.5%, 29.7% dan 23.3%. pada perusahaan Apple terjadi penurunan dari tahun 2009 sampai tahun 2010 yaitu 13.1% dan 6.4% kemudian naik pada tahun 2011 menjadi 11.5% dan pada tahun 2012 sampai tahun 2013 mengalami penurunan yaitu 9.4% dan 8.3%. pada perusahaan

Indah Pramita, 2014

ANALISIS DESKRIPTIF PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE

( Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

blackberry mengalami penurunan pada tahun 2010 sampai 2011 yaitu 5.9% dan 5.6% kemudian naik pada tahun 2012 yaitu 27.5% dan pada tahun 2013 turun menjadi 18.2%. jika dilihat dari presentasinya perusahaan Samsung menjadi peringkat pertama dalam presentase tertinggi, dan peringkat kedua disusul oleh perusahaan nokia, apple dan black berry. Hal ini merupakan kendala bagi perusahaan-perusahaan smartphone, karena bisa saja disusul dengan perusahaan smartphone lainnya.

Berdasarkan penyebaran angket pada 20 orang mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang menjadi sampel dalam pra penelitian. Mahasiswa memandang bahwa membeli suatu produk dengan harga yang terjangkau mengakibatkan Potensi mahasiswa dalam kaitannya sebagai konsumen sangatlah besar, walaupun sebagian besar dari mereka tidak memiliki penghasilan sendiri, tetapi mereka memiliki alokasi pengeluaran yang cukup besar. Berdasarkan hasil penyebaran angket pada 100 orang mahasiswa FPEB angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang menjadi sampel dalam pra penelitian.

Berikut data mengenai daftar merek handphone yang dibeli oleh Mahasiswa angkatan 2010 FPEB UPI:

**Tabel 1.3**  
**Presentase Daftar Merek Smartphone Mahasiswa FPEB Angkatan 2010 UPI**

Merek smartphone	Jumlah Mahasiswa	%
Samsung	32	32
Nokia	10	10
Apple	11	11
Blackberry	28	28
Merek lain	19	19
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Angket pra penelitian, Data diolah*

**Indah Pramita, 2014**

**ANALISIS DESKRIPTIF PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE**

*( Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika dilihat pada table 1.3 terlihat bahwa presentase mahasiswa FPEB angkatan 2010 UPI yang tertinggi adalah menggunakan smartphone Samsung android berjumlah 32 orang dengan presentase sebesar 32%, nokia 10 orang sebesar 10%, apple 11 orang sebesar 11%, blackberry 28 orang sebesar 28% dan merek lain 19 orang sebesar 19%, keadaan tersebut dipastikan ada faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih (preferensi) dalam menggunakan smartphone tersebut yang akan digunakan.

Pada umumnya perusahaan menawarkan atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk semua jenis kalangan dengan kualitas yang cukup baik dan memiliki harga yang terjangkau terutama pada kalangan mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan sesuai dengan kemampuan daya beli mahasiswa yang memiliki keterbatasan pendapatan. Walaupun harga yang di tawarkan perusahaan-perusahaan tersebut relative terjangkau, tetapi mahasiswa juga memiliki selera yang baik dalam memilih suatu barang yang akan dibelinya. ([www.pasben.com](http://www.pasben.com))

Preferensi konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih barang ataupun jasa yang akan digunakan dengan cara mengurutkan tingi rendahnya daya guna dari suatu barang atau jasa. Preferensi konsumen menentukan pilihan konsumen jika konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk yang sejenis. Setiap konsumen akan mendapatkan kepuasan (satisfaction) atau guna (utility), misalnya seseorang ingin mengkonsumsi produk dengan sumber daya yang terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh menjadi optimal. Setiap individu pasti akan memilih barang maupun jasa yang memiliki keuntungan yang akan diperolehnya, karena setiap individu memiliki kendala seperti keterbatasan yang dimiliki, disamping itu juga konsumen dalam membeli produk smartphone tidak hanya dipengaruhi oleh sikap seseorang, tetapi juga akan dipengaruhi oleh variable norma subyektif, karena periode smartphone mempunyai keterlibatan tinggi dalam proses pengambilan keputusan (Kaniawati, 2013). Dengan demikian dalam penelitian ini yang dijadikan yaitu mengenai deskripsi preferensi konsumen terhadap produk smartphone dan memunculkan kesimpulan preferensi

apa sajakah yang menjadikan mahasiswa untuk membeli produk smartphone Samsung android.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini yaitu: **“Analisis Deskriptif Preferensi Konsumen Terhadap Smartphone (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimana gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi pendapatan terhadap smartphone
2. Bagaimana gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi harga terhadap smartphone
3. Bagaimana gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi atribut produk terhadap smartphone

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi pendapatan terhadap smartphone
2. Untuk mengetahui gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi harga terhadap smartphone
3. Untuk mengetahui gambaran preferensi konsumen dilihat dari sisi atribut produk terhadap smartphone

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemiiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi pada umumnya dan mikro pada khususnya.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perusahaan smartphone agar dapat meningkatkan

Indah Pramita, 2014

*ANALISIS DESKRIPTIF PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE*

*( Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perkembangannya kearah yang lebih maju melalui preferensi konsumen terhadap produk smartphone.

**Indah Pramita, 2014**

*ANALISIS DESKRIPTIF PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE*

*( Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2010 Universitas Pendidikan Indonesia)*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)