

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian telepon seluler yang memiliki fitur multifungsi

Jurika Juvensia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283385&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan sebuah studi terhadap perilaku konsumen. Latar belakang masalah penelitian ini adalah adanya gejala bahwa telepon seluler (ponsel) menjadi sebuah alat yang digunakan oleh banyak orang dari berbagai lapisan. Kecepatan perkembangan teknologi ponsel diikuti dengan munculnya produk-produk ponsel yang memiliki fitur-fitur baru dan canggih. Seorang konsumen dapat melakukan banyak hal hanya dengan satu alat saja, yaitu ponsel. Perkembangan kemampuan ponsel disikapi oleh konsumen di Indonesia dengan membeli dan menggunakan ponsel. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu pertama, faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian telepon seluler yang memiliki fitur multifungsi. Pertanyaan kedua adalah bagaimanakah karakteristik konsumen yang membeli dan menggunakan telepon seluler yang memiliki fitur multifungsi. Pertanyaan penelitian yang ketiga adalah bagaimanakah konsumen memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam sebuah telepon seluler. Tujuan dari penelitian adalah menemukan jawaban atas ketiga pertanyaan penelitian tersebut. Kerangka pemikiran yang dijadikan acuan adalah kerangka pemikiran perilaku konsumen. Tiga aspek penting dalam psikologi perilaku konsumen adalah motivasi, pembelajaran, dan sikap. Difusi dan inovasi juga dijelaskan karena ponsel adalah salah satu contoh dari difusi dan inovasi. Teknologi telepon seluler dan fitur-fitur yang ada dalam sebuah ponsel dipaparkan secara lengkap dalam kerangka pemikiran. Istilah-istilah dalam bidang teknologi ponsel dijelaskan pengertiannya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang mengapa individu bertindak seperti yang mereka lakukan. Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Penulis juga melakukan survei untuk melengkapi wawancara kualitatif. Media yang dipilih untuk melakukan survei adalah internet. Unit analisa dalam penelitian ini adalah pengguna telepon seluler di Indonesia pada tahun 2003. Survei dilakukan terhadap para anggota mailing list. Penulis memilih mailing list Indocell dan Palm-Indo. Survei dan wawancara mendalam dilakukan menggunakan electronic mail. Hasil penelitian yang didapat dari hasil wawancara mendalam dan survei menjawab permasalahan penelitian. Sikap konsumen sebelum, ketika, dan sesudah membeli ponsel dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari dalam dan luar diri konsumen. Gaya hidup adalah salah satu faktor dari dalam diri konsumen yang turut mempengaruhi perilaku pembelian. Faktor lainnya dalam diri konsumen adalah motivasi, pembelajaran, dan sikap. Konsumen melewati tahap-tahap tertentu dalam proses pembelian ponsel. Tahap dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan akan ponsel. Konsumen telah menganggap ponsel sebagai sebuah kebutuhan yang penting. Tahap pencarian informasi dilakukan melalui sarana internet, koran, majalah, atau informasi dari orang lain. Setelah melalui tahapan evaluasi keputusan, konsumen membuat keputusan pembelian. Pembelian ponsel diikuti dengan penggunaan yang dapat diketahui dari penggunaan fitur-fitur yang ada dalam ponsel.