

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Menurut Imam Saeful yang dikutip dari *Pricearea.com* (31/10/2013) perkembangan teknologi di eraglobalisasi ini semakin pesat dan canggih terutama teknologi *handphone* menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap manusia, karena ponsel saat ini tidak lagi menjadi barang yang sangat penting, mahal dan langka akan tetapi merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia.

Teknologi *smartphone* merupakan salah satu bentuk media yang berkembang sangat pesat. Beberapa tahun lalu, perkembangan *smartphone* telah mengalami perubahan yang luar biasa dalam berbagai aspek. Dengan rancangan yang diimbangi dengan fitur-fitur/fasilitas yang disediakan disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan konsumen merupakan daya tarik untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut.

Dengan adanya *handphone* kegiatan komunikasi antara individu satu keindividu lainnya dapat dipermudah, oleh sebab itu teknologi *handphone* berkembang dengan pesat dari waktu ke waktu yang pada akhirnya *handphone* berubah menjadi *smartphone* karena mempunyai fungsi dan fitur yang lebih beragam. Dampak dari perkembangan tersebut mengakibatkan pergeseran gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat dari penggunaan produk-produk tradisional menjadi produk berteknologi tinggi. Dahulu diawal tahun 2000-an *handphone* digunakan hanya sebagai alat komunikasi jarak jauh, tapi sekarang *handphone* bukan hanya digunakan sebagai alat komunikasi tetapi juga bisa menjadi fasilitas pendukung seperti, fotografi, persentasi, dll.

Menurut Kotler (2009:215) faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan

kelompok acuan. Dengan demikian keputusan pembelian dapat mempengaruhi orang atau pihak lain dari informasi yang mereka dapatkan tentang suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Bagi semua perusahaan, baik yang menjual produk maupun jasa, keputusan pembelian pembelian, akan menentukan minat konsumen apakah mereka akan membeli lagi produk/jasa perusahaan yang ditawarkan tersebut. Menurut Aditya Panji yang dikutip dari *Tekno.Kompas.com* (14/09/2013) begitu banyak banyak produk *smartphone* yang ditawarkan di Indonesia seperti Samsung, Iphone, Oppo, Sony, Lenovo dll. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

**Gambar 1.1**

**Tabel penjualan *smartphone* Samsung**

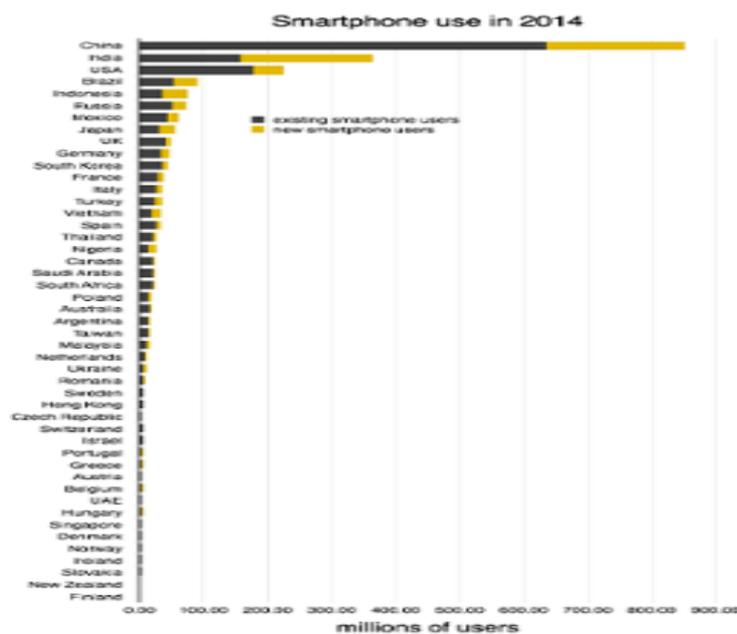
2013 Q2 Handset Shipment Market Share by OEM	
Samsung	27.3%
Nokia	14.6%
Apple	7.5%
LG	3.9%
ZTE	3.6%
Huawei	3.1%
TCL (Alcatel)	2.9%
Lenovo	2.7%
CoolPad (Yuloong)	2.5%
Sony Mobile	2.3%
Blackberry	1.6%
HTC	1.6%
Xiaomi	0.9%
Motorola	0.8%
Other	24.7%

Sumber: <http://gadgetan.com/> (Bambang, Agustus:2013)

Berdasarkan data tabel diatas *smartphone* Samsung menguasai pangsa pasar hingga 27,3%. Samsung sendiri menjadi penguasa ponsel dan *smartphone* menyingkirkan Nokia yang kini berada di posisi kedua dengan

pangsa pasar sekitar 14.6%. Lalu, BlackBerry yang masih sangat besar jumlah penggunaannya di Indonesia hanya berada di urutan ke sebelas dengan pangsa pasar 1.6% disusul HTC, Xiaomi dan Motorola.

**Gambar 1.2**  
**Negara-negara pengguna *smartphone* terbanyak**



Sumber: [www.tekno.liputan6.com/](http://www.tekno.liputan6.com/) (Iskandar, Januari:2014)

Dilihat dari grafik di atas populasi pengguna *smartphone* didunia yang diprediksi akan mencapai 1,25 miliar pada tahun ini. Menurut Trisno Herianto yang dikutip dari *inet.detik.com* (03/02/2014) Posisi pertama diduduki oleh China, selanjutnya ada India, USA, Brazil dan Indoneisa. Di Indonesia pengguna *smartphone* sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel. Di mana, 22,9 juta unit *smartphone* di antaranya dijual kepada konsumen yang baru beralih dari *feature phone*. Kota Palembang merupakan salah satu kota pengguna *smartphone*. Menurut Ipan yang dikutip dari *android-palembang.org* (30/11/2013) bahwa pengguna *smartphone* di kota Palembang sekitar 35,2% pengguna Samsung, 13,4% pengguna Apple, diikuti oleh Huawei 5,1%, LG 4,8%, Lenovo 4,3%, *other* 37,3%.

Menurut Rony Wijaya yang dikutip dari *rumus.web.id* (14/09/2012) terdapat 4 universitas negeri di Palembang. Salah satunya adalah Politeknik Negeri Sriwijaya yang memiliki kurang lebih 4241 orang mahasiswa tahun 2013. Dari seluruh jurusan yang ada di Politeknik Negeri Sriwijaya penulis tertarik untuk meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan *smartphone* Samsung. Alasan pemilihan mahasiswa adalah agar dapat menghemat biaya, tenaga, dan waktu.

Melihat banyaknya Jurusan yang ada di Politeknik Negeri Sriwijaya, penulis mengambil 4 jurusan untuk dijadikan perbandingan. Sebelum melakukan penelitian ini penulis telah melakukan *survey* kebeberapa jurusan yang ada di Politeknik Negeri Sriwijaya. Setelah melakukan *survey*, di dapat hasil pengguna *smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi dengan jumlah 185 populasi, pada Jurusan Administrasi Bisnis dengan jumlah 135 populasi, pada Jurusan Teknik Sipil dengan jumlah 173 populasi dan Jurusan Teknik Elektro dengan jumlah 138 populasi. Dari hasil *survey* tersebut ditetapkan bahwa Jurusan Akuntansi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian karena memiliki paling banyak pengguna *smartphone* Samsung dengan jumlah 185 populasi dan jumlah sampel yang akan diambil sebesar 65 mahasiswa dari jumlah populasi yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk membahas tentang “**Pengaruh Fakto Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya**”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan dari laporan ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh dari faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, dan peran dan status) terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya?

2. Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politkenik Negeri Sriwijaya?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditarik sebuah masalah pokok yang akan dibahas dalam laporan ini adalah “Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya”.

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat pada perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk *handphone* Samsung dan agar pembahasan yang dilakukan dalam laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka penulis akan membatasi permasalahan yaitu pada pengaruh faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politkenik Negeri Sriwijaya.

### **1.4 Tujuan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perilaku konsumen khususnya pengaruh faktor sosial terhadap perilaku konsumen.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan dalam pembelian *smartphone*.

## 3. Bagi Akademis

Dapat menambah wawasan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan mengenai pengaruh faktor sosial terhadap perilaku konsumen.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup

Penulis melakukan penelitian pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya dengan objek penelitian Mahasiswa Akuntansi Politeknik Sriwijaya yang menggunakan *smartphone* Samsung dan masih berstatus Mahasiswa yaitu dengan jumlah pengguna *smartphone* Samsung 185 mahasiswa dan jumlah sampel yang diambil 65 mahasiswa dari jumlah pengguna yang ada.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

#### a. Data Primer

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat kuisisioner yang kemudian disebarkan kepada para mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya yang akan diteliti untuk di jadikan responden.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh penulis bersumber dari internet, dan bahan bacaan atau studi literatur.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengetahui pendapat responden tentang pengaruh faktor sosial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya, maka teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan dengan menggunakan angket atau kuisioner. Pada metode ini penulis akan menyebarkan angket atau kuisioner ke beberapa mahasiswa pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/mahasiswi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung yaitu sebanyak 185 populasi.

#### b. Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2010: 116). Jumlah ukuran sampel pada penelitian ini diambil dari populasi jumlah mahasiswa/mahasiswi pengguna *smartphone* Samsung di Politeknik Negeri Sriwijaya. Untuk pengambilan sampel yang diperlukan, penulis menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin (dikutip dalam Riduwan dan Akdon, 2010:254)

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

d = Persentase kelonggaran ketidaktelitian (presisi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditelerir (10%).

Dik:

N (Jumlah Populasi) = 185

d = 10%

Dit n (sampel)?

Dijawab:

$$n = \frac{185}{185(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{185}{1,85 + 1}$$

$$n = 64,9 \text{ (65 responden)}$$

Jadi berdasarkan perhitungan sampel diatas yang diambil menjadi sampel adalah sebanyak 65 responden dari 185 populasi pengguna *smartphone* Samsung di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya.

### c. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Probability sampling* dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*.

Menurut Heri Setawan (2012:86) *Simple Random Sampling* adalah acak sederhana adalah sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga anggota populasi mempunyai kesempatan/peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penggunaan metode *Simple Random Sampling* karena anggota populasi bersifat homogen.

### 1.5.5 Analisis Data

- a. **Metode Kualitatif**, yaitu data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih dalam bentuk keterangan saja. Teknik analisa kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkan dengan teori-teori yang ada. Pada analisis ini, penulis mengumpulkan dan mengelola data yang diperoleh dari kuisioner dengan cara menggunakan pembobotan dengan *Skala Likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala ini banyak digunakan karena memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pertanyaan, dimana setiap pertanyaan diberi bobot sebagai berikut (Sugiyono, 2010:133)

**Tabel 1.1**

**Table Skala Likert**

SKOR	KATEGORI JAWABAN
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Metode Penelitian Bisnis (Sugiyono: 2010)

- b. **Metode Kuantitatif**, yaitu data yang berbentuk angka kemudian diolah, dianalisa serta diambil kesimpulan yang menggambarkan objek tersebut. Data di analisis dengan metode ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari faktor sosial dalam pembelian *handphone* Samsung. Untuk mengolah data penulis menggunakan SPSS 11.5 *for Windows* dengan analisa sebagai berikut:

### **a. Uji Validitas**

Syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel adalah memiliki instrument penelitian yang valid dan reliabel.

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:211)

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan terhadap hasil jawaban responden. Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yaitu dengan cara mengkorelasi jumlah skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dan skor total. Hasil yang didapatkan dari jumlah skor harus signifikan.

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:221) bahwa yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu.

### **c. Regresi Linier Berganda**

Penulis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Untuk mengidentifikasi yang paling dominan maka akan digunakan

analisis regresi liner berganda. Untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung dengan menggunakan rumus regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y : Keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung  
 a : Konstanta  
 b : Koefisien Regresi  
 X1 : Kelompok acuan  
 X2 : Keluarga  
 X3 : Peran dan status

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) Bab, pembuatan sistematika ini dimaksud untuk memberi gambaran isi laporan ini, sehingga antara Bab yang satu dan yang lainnya saling berkaitan. Adapun perincian sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan memberikan penjelasan serta gambaran permasalahan yang akan dibahas, berikut susunannya:

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat
  - 1.4.1 Tujuan Penelitian
  - 1.4.2 Manfaat Penelitian
- 1.5 Metodologi Penelitian
  - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
  - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
  - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
  - 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### 1.5.5 Analisis Data

#### 1.6 Sistematika Penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis akan mengemukakan beberapa teori yang dijadikan pedoman di dalam pembahasan laporan ini, adapun tinjauan pustaka yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

#### 2.1 Perilaku Konsumen

#### 2.2 Faktor Sosial

#### 2.3 Keputusan Pembelian

##### 2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

##### 2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

##### 2.3.3 Proses Keputusan Pembelian

### **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis memberikan gambaran secara umum mengenai perusahaan dan hal yang berhubungan dengan permasalahan:

#### 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan Samsung

#### 3.2 Tujuan Pendirian Perusahaan

#### 3.3 Visi dan Misi

#### 3.4 Produk *Smartphone* Samsung

#### 3.5 Profil Responden

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini, penulis akan menganalisis hal-hal sebagai berikut:

#### 4.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 2.1.1 Uji Validitas

##### 2.1.2 Uji Reliabilitas

#### 4.2 Faktor yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politkenik Negeri Sriwijaya

##### 4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

##### 4.2.2 Uji Simultan (Uji F)

##### 4.2.3 Uji Parsial (Uji T)

#### 4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya

4.3.2 Variabel yang Paling Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam hal ini, penulis akan mencoba menyimpulkan hasil penelitian tentang pengaruh faktor sosial pada pembelian *handphone* Samsung serta beberapa saran. Adapun isi bab ini adalah sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **TABEL-TABEL**

### **GAMBAR-GAMBAR**

### **LAMPIRAN**