

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HP MERK OPPO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS
TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG**

SKRIPSI



**Oleh:
SAINAL
NIM. 2015120143**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2020**

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HP MEREK OPPO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS
TRIBHUWANA TUNGGADAWI MALANG

Sainal¹, Susanto², Risky Aprilia Susanti Dwi³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Malang
E-mail : zainalnanursaipress@gmail.com

RINGKASAN

Keputusan pembelian sangat berperan penting untuk mendapatkan suatu produk yang berkualitas baik sesuai dengan keinginan dan kemampuan membeli. Faktor internal dan faktor eksternal pada konsumen berpengaruh dalam menentukan keputusan membeli. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian HP Oppo pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 90 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi. Teknik mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data regresi linier berganda pada program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku internal konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} = 4,125$ dan perilaku eksternal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} = 5,344$. Sedangkan secara simultan perilaku internal dan perilaku eksternal konsumen terhadap pembelian sangat berpengaruh signifikan dengan nilai $F_{hitung} (48,404)$. Adapun yang perlu dilakukan konsumen sebelum memutuskan membeli Hp yaitu mengetahui kualitas produk, inovasi teknologi terbaru produk meliputi RAM, kamera dan fitur lainnya yang berkapasitas tinggi, serta membeli produk sesuai kemampuan daya beli.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Konsumen, Perilaku Eksternal, Perilaku Internal

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan zaman saat ini, sangat berpengaruh pada pola pikir manusia untuk selalu berinovasi untuk menghasilkan teknologi terbaru tidak terkecuali di Indonesia. Inovasi teknologi di Indonesia bisa kita lihat dengan banyaknya produk elektronik yaitu handphone yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, oleh sebab itu banyak dari pelaku usaha tertarik bisnis ini, sehingga terjadi persaingan ketat untuk mendapat konsumen dengan berbagai merk yaitu : seperti Oppo, Samsung, Xiaomi, Vivo dan masih banyak yang lain.

Kebutuhan pada handphone saat ini sangat penting karena penggunaanya bukan Cuma untuk orang dewasa tetapi untuk semua kalangan sampai sudah bisa menggunakannya, baik untuk berkomunikasi, belajar bahkan transaksi jual beli bisa menggunakan handphone. Persaingan inovasi pada handphone sangat ketat karena semua merk selalu mengeluarkan produk unggulannya untuk menguasai pangsa pasar global, tak terkecuali perusahaan handphone Oppo smartphone yang sangat terkenal dan banyak peminat di Indonesia saat ini. Oppo selalu hadir dengan fitur-fitur baru, baik kapasitas RAM dan kamera yang bagus.

Terlalu banyak merk yang menawarkan produk yang hampir sama menawarkan keunggulan baik fitur-fiturnya dan layanan komunikasi sehingga terdapat kesulitan yang dihadapi perusahaan teknologi ini untuk berhasil memasarkan produknya dan menguasai pangsa pasar global sesuai target. Banyaknya pesaing produk serupa membuat perusahaan harus bisa bertahan menghadapi persaingan mengeluarkan produk baru dengan selalu memperbaiki kualitas produk, dengan berbagai faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Produk yang dijual di pasar harus sesuai dengan sasaran penjualan, baik dari menasar kalangan atas atau kalangan bawah sehingga dengan begitu pertimbangan dalam penentuan harga bisa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk yang dijual harus selalu dapat menarik perhatian konsumen baik dari segi bentuk desain, warna dan harga yang ditawarkan karena bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan untuk membeli.

Tampilan dan bentuknya produk bisa menarik minat konsumen untuk membeli dengan harga yang ditawarkan penjual. Penetapan harga produk bisa menentukan keputusan pembelian, karena semakin harga mahal akan membuat konsumen akan membatalkan membeli produk dan akan mencari produk serupa dengan harga yang lebih murah dengan kualitas sebanding. Harga sangat berperan penting dari proses jual beli produk dan jasa suatu perusahaan. Dalam konsep pemasarannya pelaku usaha harus mampu untuk menjaga usahanya agar tetap eksis dan dapat memikat para pembeli untuk terciptanya tujuan dari pada perusahaan.

Pengguna produk Oppo di Indonesia sangat banyak sekali karena mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pangsa pasar ponsel terbesar di Indonesia berkat merilis produk baru dengan sasaran pasar kelas menengah ke bawah. Pasar produk handphone di Indonesia saat ini semakin banyak pemain-pemain besar dengan berbagai merk terkenal yang mulai bersaing dan menyasar kalangan menengah ke bawah seperti Vivo, Xiaomi dan Realme yang juga menawarkan produk sekelas Oppo dengan yang sebanding. Kepopuleran produk Handphone di Indonesia berasal dari produsen asal China yang mampu membuat pasar Indonesia ramai.

Dari ulasan diatas berikut peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Merk Oppo Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Dari judul diatas maka peneliti ingin mengetahui pengaruh perilaku konsumen, faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen khususnya mahasiswa di prodi manajemen sebelum melakukan keputusan pembelian Handphone Oppo.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang ingin diteliti adalah berhubungan dengan perilaku konsumen sebelum akhirnya melakukan pembelian.

1. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian HP Oppo pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.
2. Bagaimana pengaruh faktor eksternal dan internal konsumen terhadap keputusan pembelian HP Oppo pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Hp Oppo pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian Hp Oppo pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menjadi bahan dan sumber informasi untuk masyarakat luas tentang keputusan pembelian dan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Hp Oppo.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan
2. Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Afiaty, Lely. 2018. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian HP Merek OPPO di METEOR CELL Kecamatan MARISSA Kabupaten PUHOWANTO jurnal.unpand.ac.is (Di akses 30 Oktober 2020).
- Alma, Buchari. 2013. Definisi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.
- Cahyono, Edi. 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek OPPO di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta Google Scholar (Di akses 25 Oktober 2020).
- Kartika, Mella. 2019. Analisis Pengaruh Atribut Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO Didaerah Yogyakarta repository.stieykpn.ac.id Diakses 25 Oktober 2020.
- Keller, Kotler &. 2012. Analisis Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Baker Street Kafe Bandung Journal.ubaya.ac.id (Di akses 27 Februari 2020).
- Keller, Kotler dan. 2018. Proses Proses Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian (Di akses 11 November 2020).
- Natalia, Trivilia. 2019. Analisis Fktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pebelian Ponsel OPPO Seri A7 di ITC Manado (Studi Kasus Distributor Utama OPPO Store ITC Manado Google Scholer (Di akses 25 Oktober 2020).
- Olson, Menurut J.Paul Peter Jerry C. 2014. Definisi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian
- Saidah, Lailatus. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO jurnalmahasiswa.steisia.ac.id (Di akses 25 Oktober 2020).
- Setyanto, Liggat Eka. 2013-2014. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Apple iPhone Pada Mahasiswa/Mahasiswi s1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang Google Scholar (Di akses 27 Oktober 2020).
- Triwahyuni, Naning. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI
- Wijaya, Edi. 2017. Pengaruh Advertising, Personal Silling, Promosi dan Publisitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Handphone OPPO Pada CV ANUGRAH PONSEL MEDAN Google Sholer (Di akses 25 Oktober 2020).
- Prihatminingtyas Budi, 2019, pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang dipasar landung sari-jurnal ilmu manajemen dan akuntansi vol.7,no 2. 2019 halaman 147-154 issn 25486152(online)