

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul : Studi Deskriptif Mengenai Tipe Perilaku Konsumen Dalam Membeli Telepon Selular Teknologi GSM pada Mahasiswa Di Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung, yang diteliti oleh Ratih (0730156). Telepon selular (ponsel) merupakan alat telekomunikasi efisien yang menggunakan gelombang udara, sehingga praktis digunakan dimana dan kapan saja. Ponsel berteknologi Global System for Mobile (GSM) merupakan produk telekomunikasi yang paling diminati. Maksud penelitian ini adalah memperoleh gambaran tipe perilaku konsumen dalam membeli ponsel GSM.

Penelitian bersifat deskriptif survey, dilakukan pada 30 orang sampel berusia 23-26 tahun. Alat ukur berupa kuesioner yang diadaptasi oleh peneliti berdasarkan teori Assael. Pengukuran data menggunakan skala Likert (ordinal) dengan item positif dan negatif. Pengolahan data menggunakan rumus korelasi rank Spearman program SPSS 21.0, sehingga diperoleh validitas berkisar antara 0,306 sampai 0,823, sedangkan reliabilitasnya menggunakan metode Alpha Cronbach sebesar 0,689.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe perilaku inertia 40%, complex decision making 36,7%, brand loyalty 13,3%, dan limited decision making 10%. Faktor-faktor yang berperan dalam menentukan keputusan membeli diantaranya faktor individual, seperti uang saku dan sumber dana membeli, serta faktor lingkungan, seperti pihak yang memengaruhi dalam memilih merek ponsel GSM.

Kesimpulan penelitian ini adalah tipe perilaku konsumen yang paling banyak, yaitu inertia. Sementara itu, tipe perilaku konsumen yang paling sedikit adalah limited decision making.

Peneliti menyarankan agar perusahaan produksi ponsel yang sudah populer di masyarakat, supaya mempertahankan kualitasnya. Bagi perusahaan produksi ponsel yang belum populer, diharapkan memiliki strategi dalam menyediakan fasilitas atau mengembangkan yang sudah ada guna menarik perhatian konsumen atau perlu promosi yang lebih gencar.

ABSTRACT

This research entitled :Descriptive Study on Consumer Buying Behavior Type of GSM Mobile Phone Technology to Faculty Students “X” at University “Y” Bandung, studied by Ratih (0730156). Mobile phone (cell phone) is an efficient telecommunication that uses the airwaves, can be used practically anytime and anywhere. A cell phone using a Global System for Mobile (GSM) technology is the most preferred telecom products. The purpose of this research was to obtain the type of consumer buying behavior.

This study was descriptive survey, conducted on 30 samples aged 23-26 years. The questionnaires adapted by the researcher based on theory of Assael. Measurement data used a Likert scale (ordinal) with positive and negative items. Data processing used Spearman rank correlation SPSS 21.0, to obtain validity (0,306 to 0,823), while using Cronbach Alpha reliability (0,689).

The results showed the type of consumer behavior inertia, complex decision making, brand loyalty, and limited decision making to be respectively 40%, 36,7%, 13,3% and 10 %. The influential factors to determine purchase decisions are money & resources to buy, also the people who influence in choosing a brand of GSM phones.

The conclusion of this study was the most consumer behavior type is inertia. The limited decision making was the least.

Researchers also that mobile production company that already exist in the community, has to maintain its quality. For mobile production companies that not yet have a positive image, expected to have a strategy in providing facilities to attract consumer’s attention or need to campaign more aggressively.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5 Kerangka Pikir.....	14
1.6 Asumsi.....	24
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Teori Pengambilan Keputusan.....	26
2.1.1 Dimensi-dimensi dalam Pengambilan Keputusan	
Membeli.....	26
a. Tingkat keterlibatan (<i>involvement</i>).....	26
b. Taraf pengambilan keputusan (<i>decision making</i>).....	28
2.2 Tipe Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli.....	29

2.3 Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen.....	32
2.3.1 Faktor individual.....	32
2.3.2 Faktor lingkungan.....	34
2.4 <i>Global Systems for Mobile Communication (GSM)</i>	35
2.4.1 Pengertian GSM.....	35
2.5 Perkembangan Dewasa Awal.....	35
2.5.1 Transisi dari Masa Remaja menuju Dewasa.....	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Rancangan Prosedur Penelitian.....	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.2.1 Variabel Penelitian.....	38
3.2.2 Definisi Operasional.....	38
3.3 Alat Ukur.....	39
3.3.1 Jenis Alat Ukur.....	39
3.3.2 Sistem Penilaian.....	42
3.3.3 Data Pribadi dan Data Penunjang.....	43
3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	44
3.4.1 Validitas Alat Ukur.....	44
3.4.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	45
3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5.1 Populasi Sasaran.....	46
3.5.2 Karakteristik Sampel.....	46
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	48
4.1.1 Jenis Kelamin.....	48
4.1.2 Usia.....	49
4.1.3 Sumber Dana Keluarga.....	49

4.1.4 Jenis Pekerjaan Kepala Keluarga.....	50
4.1.5 Penghasilan Tambahan.....	51
4.1.6 Sumber Dana Membeli Ponsel GSM.....	51
4.1.7 Pengaruh Membeli.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Persentase Responden Berdasarkan Tipe Perilaku Membeli Secara Umum.....	54
4.3 Pembahasan.....	55
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Teoritis.....	64
5.2.2 Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR RUJUKAN	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Dimensi, indikator, dan nomor item.....	41
Tabel 3.2 Skor Pilihan Jawaban.....	42
Tabel 4.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Sumber Dana Keluarga.....	49
Tabel 4.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Pekerjaan Kepala Keluarga.....	50
Tabel 4.5 Gambaran Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan Tambahan Subjek Penelitian.....	51
Tabel 4.6 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pihak yang Membiayai Subjek Penelitian dalam Membeli Ponsel GSM.....	51
Tabel 4.7 Gambaran Subjek Berdasarkan Pihak yang Memengaruhi Subjek dalam Membeli Ponsel GSM.....	52
Tabel 4.8 Tipe Perilaku Konsumen Membeli Telepon Selular Teknologi GSM Pada Mahasiswa Fakultas 'X' Di Universitas 'Y'.....	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Bagan Kerangka Pikir	23
Bagan 2.1 Bagan Tipe Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli.....	31
Bagan 3.1 Bagan Rancangan Penelitian.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN

LAMPIRAN A : ALAT UKUR

KATA PENGANTAR

IDENTITAS PRIBADI RESPONDEN

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

KUESIONER

LAMPIRAN B : VALIDITAS dan RELIABILITAS ALAT UKUR

LAMPIRAN C : KISI-KISI KUESIONER

LAMPIRAN D : TABULASI SILANG

Lampiran 1. Tabulasi Silang Antara Tipe Perilaku Membeli dengan Jenis Kelamin

Lampiran 2. Tabulasi Silang Tipe Perilaku Membeli dengan Penghasilan Tambahan

Lampiran 3. Tabulasi Silang Tipe Perilaku Konsumen dengan Sumber Dana Membeli Ponsel

Lampiran 4. Tabulasi Silang Tipe Perilaku Konsumen dengan Pihak yang Memengaruhi dalam Memilih Ponsel GSM