

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun sudah menunjukkan kemajuan yang sangat dahsyat, sebagai bukti contoh kecil, *gadget* yang sudah tidak asing lagi di telinga kita yaitu *cellular phone* atau biasa disebut *handphone*. Secara umum kegunaan *handphone* adalah untuk melakukan panggilan jarak jauh maupun jarak dekat serta untuk mengirimkan pesan berupa pesan singkat atau yang biasa disebut dengan SMS (*Short Message Service*). Seiring dengan perkembangan zaman, *handphone* tidak hanya digunakan untuk melakukan panggilan dan sms saja, melainkan juga dapat digunakan untuk mengakses internet, merekam gambar (*video recorder*) dan adanya pemutar musik, radio, serta aplikasi-aplikasi *messenger* yang menarik.

Seluruh aplikasi yang telah dijelaskan diatas saat ini telah dimiliki oleh *handphone* merek sony, samsung, nokia, *Iphone* dan *BlackBerry*. Diantara merek *handphone* tersebut *BlackBerry* memiliki kelebihan aplikasi *messenger* yaitu *BlackBerry Messenger*. Aplikasi *BlackBerry Massanger* hanya dapat digunakan oleh sesama pengguna *BlackBerry* saja. Artinya *BlackBerry Messenger* ini hanya terdapat di *handphone* merek *BlackBerry*. Aplikasi *BlackBerry Messenger* memiliki kelebihan dapat membuat grup *chatting*, mengirimkan *voice note*, *file*, *document* dan video dengan cepat.

*BlackBerry* sebagai merek produk dari sebuah produsen *handphone* (sama halnya seperti Nokia, Sony Ericsson dan Motorola) yang dihasilkan oleh

*Research In Motion* (RIM) adalah perangkat telepon genggam nirkabel yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon seluler, SMS (*Short Message Service*), menjelajah internet dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Keistimewaan *BlackBerry* terutama terletak pada layanan *pushe-mail*-nya. Sederhananya dengan layanan ini pelanggan dapat menerima *email* secepat dan semudah menerima SMS (pesan singkat). *Email* yang berukuran asli 1 Mb (*Megabyte*) jika diterima dengan fasilitas *pushe-mail BlackBerry* bisa menjadi 10 Kb (*Kilobyte*) dengan isi yang tetap, *BlackBerry* juga bisa dengan mudah menampilkan lampiran *file* yang berformat PDF ataupun *microsoft office* seperti *microsoft word*, *microsoft excel* dan *power point* ([www.ridwanAZ.com](http://www.ridwanAZ.com)).

Saat ini peminat *BlackBerry* sudah cukup banyak. Kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh *BlackBerry* dapat menarik minat pengguna *handphone*. Para pengguna *handphone* tertarik akan hal baru yang ditawarkan oleh *BlackBerry*, sehingga banyak orang yang ingin memiliki *handphone* ini. Peningkatan jumlah pengguna *BlackBerry* saat ini lebih banyak dari pada pengguna *handphone* merek lain.

Sejalan dengan perkembangan teknologi *handphone* dan pergeseran selera konsumen, maka para pengguna *communicator* mulai terlihat nyata bergeser ke *BlackBerry* pada tahun 2008. Saat ini pengguna *BlackBerry* di seluruh dunia telah mencapai 14 juta orang. Itulah mengapa *BlackBerry* dikatakan sebagai *handphone* sejuta umat. Kehadiran *BlackBerry* juga telah merubah fungsi sebuah *handphone*, yang tadinya merupakan sebuah kebutuhan tersier atau barang mewah, kini telah menjadi sebuah kebutuhan primer atau sesuatu yang wajib dimiliki oleh masyarakat ([www.indo-trans.blogspot.com](http://www.indo-trans.blogspot.com)).

Pada dasarnya di dalam memutuskan pembelian, konsumen cenderung dihadapkan pada pilihan yang berbagai macam merek. Suatu keputusan pembelian konsumen pada umumnya melalui berbagai pertimbangan. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti mengetahui bahwa banyak mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 banyak yang menggunakan *BlackBerry*. Hal ini dikarenakan *BlackBerry* memiliki *fiture* khusus yang tidak dimiliki oleh *handphone* yang lain yaitu aplikasi BBM (*BlackBerry*



*Messenger*), dengan adanya *BlackBerry Messenger* (BBM) kebanyakan dikalangan mahasiswa menganggap bisa mengurangi pengeluaran pulsa, dapat melakukan *online* 24 jam tanpa dikenai biaya lainnya dan bisa digunakan sebagai bisnis *online shop*. Adanya aplikasi *APP Word* yang dapat mempermudah pemakai pada saat *men-download* aplikasi yang diinginkan, *handphone* lain tidak memiliki aplikasi tersebut, dari segi itulah *BlackBerry* banyak diminati oleh kalangan mahasiswa.

Faktor psikologis dianggap mempunyai pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian karena dalam proses pembelian konsumen sering kali dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam dirinya sendiri dan menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen. Faktor ini terdiri dari motivasi: kebutuhan yang cukup mendorong seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan, pengamatan atau persepsi: merupakan proses untuk memilih dan mengorganisasikan terhadap rangsangan yang dapat diterima, pembelajaran: merupakan sebuah proses belajar dimana konsumen mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang pembelian yang akan mereka pilih, keyakinan dan sikap: sesuatu yang sudah melekat pada pikiran konsumen terhadap suatu produk atau merek yang berupa pengetahuan, pendapatan, atau hanya sekedar percaya atau yakin terhadap kecenderungan memberikan suatu tanggapan terhadap objek baik yang disukai maupun yang tidak disukai secara konsisten, serta menyikapi suatu produk yang pada akhirnya akan mengarah pada keputusan untuk membeli. Menurut Kotler (2004:249), keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen mencakup dua hal, yaitu proses keputusan pembelian dan struktur keputusan pembelian.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang membentuk faktor psikologis?
2. Apakah variabel faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap baik secara bersama-sama maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap struktur keputusan pembelian *BlackBerry*?
3. Variabel faktor psikologis manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap struktur keputusan pembelian *BlackBerry*?

## C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang membentuk faktor psikologis.
2. Mengetahui dan menjelaskan apakah variabel faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap baik secara bersama-sama maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap struktur keputusan pembelian *BlackBerry*.
3. Mengetahui dan menjelaskan variabel faktor psikologis yang dominan terhadap keputusan pembelian *BlackBerry*.

## **D. Kontribusi Penelitian**

### **1. Kontribusi Teoritis**

Bahan masukan terhadap perkembangan Ilmu Administrasi Bisnis pada umumnya dan Manajemen Pemasaran Pada khususnya.

### **2. Kontribusi Praktis**

- a. Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk mengevaluasi kembali sarana dan prasarana dalam memecahkan masalah atau untuk memajukan perusahaan khususnya dalam menjalankan fungsi pemasaran yang akan datang.
- b. Bagi perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan menyangkut faktor psikologis yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Seluruh rangkaian penelitian ini akan dibahas dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah penelitian yang merupakan bentuk penjabaran masalah yang diungkapkan, kemudian tujuan dan kegunaan penelitian yang menyangkut dengan kunci dari penelitian tersebut. Kemudian setelah itu, dikemukakan tentang garis besar dari keseluruhan skripsi ini yang termuat dalam suatu sistematika pembahasan.



## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diungkapkan kerangka dasar teori-teori dan pendapat yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam skripsi ini. Tinjauan pustaka dalam skripsi ini meliputi: penelitian terdahulu yang digunakan sebagai gambaran perbandingan tentang penelitian skripsi tahun sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti, tinjauan pustaka mengenai perilaku konsumen, faktor psikologis keputusan pembelian, ditutup dengan model konsep dan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas mengenai metode yang dipergunakan dalam penelitian skripsi ini, yang terdiri dari : jenis penelitian, konsep operasional dan identifikasi variabel, serta pengukurannya, sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta dikemukakan pula metode analisis yang dipergunakan untuk menganalisis dan menginterpretasi data yang diperoleh.

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

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data yang diperoleh dari lokasi penelitian, analisis dan interpretasi data yang berhubungan dengan masalah serta dikemukakan pula hasil dari penelitian yang merupakan penjabaran dari metode analisis data.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran yang diberikan sesuai dengan permasalahan yang ada sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.