

Analisis Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Produk *Smartphone* Samsung Android (studi kasus pada konsumen

***smartphone* samsung android di Kota Palembang)**



Skripsi Oleh:

Dian Apriyanti

01101001118

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

(2014)

S
648.83407
Dian
a
Loy

R.25680 / 26211

Analisis Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Produk *Smartphone* Samsung Android (studi kasus pada konsumen

***smartphone* samsung android di Kota Palembang)**



Skripsi Oleh:

Dian Apriyanti

01101001118

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

(2014)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

ANALISIS PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Android Di Kota Palembang)

Disusun oleh:

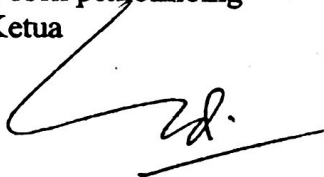
Nama : Dian Apriyanti
NIM : 01101001118
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Tanggal: 18 Februari 2014

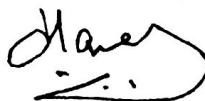
Dosen pembimbing
Ketua



Drs. H. Islahuddin Daud, MM
NIP. 195306241984031001

Tanggal: 24 Januari 2014

Anggota



Drs. Thomas Handy
NIP. 195209211981031006

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Android Di Kota Palembang)

Disusun oleh:

Nama : Dian Apriyanti
NIM : 01101001118
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

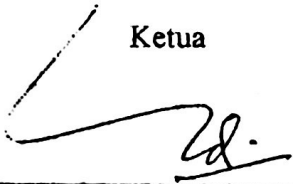
Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 27 Februari 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 27 Februari 2014

Ketua

Anggota

Anggota



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001

Welly Nailis, S.E, M.M
NIP. 197407102008011011

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Apriyanti
NIM : 01101001118
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Android Di Kota Palembang)

Pembimbing:

Ketua : Drs. H. Islahuddin Daud, MM

Anggota : Drs. Thomas Handy

Tanggal Ujian : 27 Februari 2014

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 27 Februari 2014

METERAI
TEMPEL
PAJAK NEGARA RIWAYAT
TGA

A551AACF160866268

ENAM RIBU RUPIAH
6000



at Pernyataan,

Dian Apriyanti
NIM. 01101001118

MOTTO

YAKIN Membuat segalanya menjadi MUNGKIN

تَرْجِبُ تَوَالِيْمَ اَوْ وَالِيْنِ مِنْكُمْ اٰمَنُوْا بِنِ الَّذِ اللّٰهُ يَرْفَعُ

"Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat" QS. Al-Mujadalah: 11)

Inna ma'al usri yusra

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan." (QS. Al Insyiraah: 6)

Bersabarlah

Segala sesuatu itu awalnya sulit sebelum menjadi mudah

Karya ini Kupersembahkan Kepada :

- ♥ Allah SWT
- ♥ Ayah dan Ibu
- ♥ Kakak-kakakku dan ayukku
- ♥ Saudara-saudaraku
- ♥ Sahabat- sahabat
- ♥ Almamater

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Dian Apriyanti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/03 Januari 1993
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah (orangtua) : Jl. Pintu Besi No.36 Rt.26 Rw.08 kec.
Plaju Kel. Plaju Ilir Palembang
Alamat Email : dian_drj@yahoo.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar : SD YP Indra Plaju
SLTP : SMP Sriguna Palembang
SMU : SMA N 8 Palembang

Pendidikan Non Formal : 1. SULI (Sriwijaya University Language
Institute)
2. BEC (Brotherhood English Course)

Pengalaman Organisasi : EIT (Entrepreneurship Is Team)

Penghargaan Prestasi : 1. Tim Peneliti GPC Pertamina Plaju 2012
2. Tim Peneliti Kenaikan Harga Gas 12kg
Pertamina (2012)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kelas Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Android (Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Android Di Kota Palembang)”**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* samsung android. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Badia Perizade, M.B.A, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
 2. Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
 3. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan sekaligus selaku dosen penguji komprehensif yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis.
 4. Welly Nailis, S.E, M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
- Terimakasih atas bantuan serta saran yang Bapak berikan.

5. Drs. H. Islahuddin Daud, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Drs. Thomas Handy, selaku dosen pembimbing skripsi dan yang telah banyak sekali membantu penulis dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Dr. Hj Zunaidah, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan ilmu, saran dan nasehatnya kepada penulis.
8. Drs. H. Nazzarudin, M.M, selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi terutama Dosen Jurusan Manajemen. Terimakasih atas ilmu yang diberikan Bapak dan Ibu dosen.
10. Untuk Mbak Ninil, terimakasih atas bantuan dan informasinya selama ini.
11. Untuk Kak Hendri, Bapak dan Ibu bagian Akademik, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan dan informasinya.
12. Untuk Ayah dan Ibu yang penulis sayangi yang selalu memberikan doa dan kasih sayang yang tulus. Terimakasih atas doa, dukungan, cinta dan kasih sayangnya yang tak akan pernah terbalaskan.
13. Untuk Aak Yogi, Aak Maltha dan Ayuk Metha yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya.
14. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Bela Tiara Reta, Elsa Putri, Rani Nur Khasanah, Chintia Romadayanti, Yeni Puspita Sari, Wahyuni, Yuk

- Emeilda Ummi Daniati, Nozilla Fitri dan Ludovika Ade F. Terimakasih untuk persahabatan dan cerita kita selama ini. Sukses untuk kita semua.
15. Terimakasih untuk Siti, Echa, Depi, Atin, Teguh, Erwin, Leo.w, Leo.dp, Fariz, Achan terimakasih atas semangat dan doa dari kalian. Sukses untuk kita semua.
16. Terimakasih untuk Teman-teman Konsentrasi Pemasaran yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, Terimakasih untuk cerita dan pengalamannya.
17. Untuk Dular Management 2010 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk cerita dan pengalaman yang sudah kita lalui selama ini.

Palembang, 12 Februari 2014

Penulis

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartphone Samsung Android (Studi kasus pada konsumen *smartphone* samsung android di kota Palembang)

Oleh :
Dian Apriyanti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dari kelas sosial terhadap Keputusan Pembelian dan untuk mengetahui diantara variabel independen kelas sosial (Pendidikan, Pekerjaan dan Penghasilan) variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen *smartphone* samsung android di kota Palembang). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yaitu data primer (diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner) dan data skunder (diperoleh dari buku, internet, skripsi, artikel, jurnal dan sumber lainnya). Jumlah sampel sebanyak 100 responden, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji F dan uji t. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel dari kelas sosial yaitu Pendidikan (X1), Pekerjaan (X2), dan Penghasilan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,530 atau 53%. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel Pekerjaan (X2) dengan nilai koefisien sebesar 0,427.

**Kata kunci :Kelas Sosial (Pendidikan, Pekerjaan dan Penghasilan),
Keputusan Pembelian.**

Ketua



Drs. H. Islahuddin Daud, MM
NIP. 195306241984031001

Anggota



Drs. Thomas Handy
NIP. 195209211981031006

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

*Analysis of Social Stratification Effects on Consumer's Buying Decision
(Study Case From Smartphone Samsung Android Product Within City Of
Palembang)*

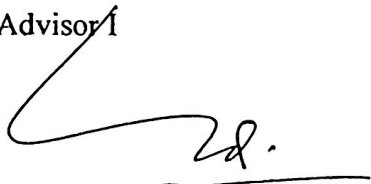
By :

Dian Apriyanti; Drs. H. Islahuddin Daud, MM; Drs. Thomas Handy

This research is entitled to understand how much effects resulting from Social Stratification Variable on Consumer's Buying Decision and to differentiate which Social Stratification's independent variables (Education, Employment Fields, and Income) that have dominant effect on Consumer's Buying Decision (Study Case from Samsung Android Product within City of Palembang). This research includes two kinds of data: primary data (collected from respondent through questioners) and secondary data (collected from literature, internet, other research, articles, journal, and various sources). Samples consist of 100 respondents, and method used in collecting aforementioned samples is purposive sampling. Analysis method used in this research is double-regression analysis, F testing and T testing. This research shows effects of Social Stratification Variables, Education (X_1), Employment Fields (X_2), and Income (X_3) on Consumer's Buying Decision (Y), yielding results 0.530, or 53%. Variable that have dominant effect on Consumer's Buying Decision is Employment Fields (X_2) with coefficient 0.427.

**Keywords: Social Stratification (Education, Employment Fields, and Income)
, Consumer's Buying Decision.**

Advisor I



Drs. H. Islahuddin Daud, MM
NIP. 195306241984031001

Advisor II



Drs. Thomas Handy
NIP. 195209211981031006

Acknowledge,
Chairman



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS	iv
MOTTO	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA DAN INGGRIS)	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13

2.1.2 Kelas sosial	16
2.1.2.1 Pendidikan	19
2.1.2.2 Pekerjaan	19
2.1.2.3 Pendapatan	19
2.1.3 Keputusan Pembelian	20
2.2 Peneliti Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian	25
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Sumber Data	25
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik pengumpulan data	27
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.5.1 Defenisi Operasional	28
3.5.1.1 Identifikasi Variabel	28
3.5.1.2 Batasan Operasional	28
3.5.2 Pengukuran Variabel	30
3.6 Uji Instrumen penelitian	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Analisis regresi linier berganda	32
3.7.2 Uji t (Parsial)	33
3.7.3 Uji F (Simultan)	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uji Instrumen	34
4.1.1 Uji Validitas	34
4.1.2 Uji Reliabilitas	36
4.2 Analisis Frekuensi	37
4.2.1 Profil Responden	37
4.2.2 Penilaian Responden	46
4.3 Analisis Deskriptif	50
4.4 Analisis Tabulasi Silang	53
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	58
4.5.2 Uji F (Simultan).....	60
4.5.3 Uji t (Parsial).....	61
4.5.4 Uji Normalitas	63
4.7 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
Daftar Pustaka	68
Lampiran-lampiran	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	5
Tabel 1.2	8
Tabel 2.1	18
Tabel 4.1	35
Tabel 4.2	36
Tabel 4.3	37
Tabel 4.4	38
Tabel 4.5	39
Tabel 4.6	40
Tabel 4.7	40
Tabel 4.8	41
Tabel 4.9	42
Tabel 4.10	43
Tabel 4.11	44
Tabel 4.12	45
Tabel 4.13	46
Tabel 4.14	47
Tabel 4.15	48
Tabel 4.16	49
Tabel 4.17	51
Tabel 4.18	53

Tabel 4.19	54
Tabel 4.20	55
Tabel 4.21	56
Tabel 4.22	57
Tabel 4.23	58
Tabel 4.24	61
Tabel 4.25	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	7
Gambar 2.1	16
Gambar 2.2	20
Gambar 2.3	24
Gambar 4.1	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	71
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Variabel	75
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas	94



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi merupakan istilah yang sering diucapkan pada zaman sekarang ini. Bahkan istilah teknologi informasi dan komunikasi sudah menjadi ciri saat ini. Komunikasi merupakan suatu hal yang penting yang dianggap mampu membantu hidup manusia. Teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin berkembang pesat dengan berbagai penemuan produk unggulan yang memudahkan masyarakat untuk saling berinteraksi dan memperoleh informasi. Teknologi informasi yang terus berkembang sampai sekarang ini adalah *mobile phone*. Kemampuan *mobile phone* sudah sangat canggih dimana yang dulunya hanya bisa dilakukan oleh komputer sekarang dapat dilakukan oleh *mobile phone*. *Mobile phone* jenis ini dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan *smartphone*. *Smartphone* adalah sebuah device yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi seperti telepon atau sms juga didalamnya terdapat fungsi *Personal Digital Assistant* (PDA) dan berkemampuan seperti layaknya komputer. (Sumber : Wikipedia)

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat komunikasi membawa angin segar bagi industri telekomunikasi

khususnya produk *smartphone*, yang mana sekarang ini begitu fenomenal, bahkan kemudian menjadi suatu kebutuhan untuk fashion. Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam industri telekomunikasi khususnya produk *smartphone* karena produk ini yang lazim digunakan oleh kalangan professional untuk menunjang pekerjaannya, terutama mereka yang berusia muda, dan berada dikota besar (www.swa.co.id).

Perilaku konsumen merupakan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen antara kelas sosial yang satu akan sangat berbeda dengan kelas lain, karena golongan sosial ini menyangkut aspek-aspek sikap yang berbeda-beda. Oleh sebab itu pembagian kelas dapat digunakan sebagai variabel yang bebas (independent) untuk mensegmentasikan pasar dan meramalkan tanggapan konsumen terhadap kegiatan pemasaran perusahaan.

Perilaku konsumen sangat menentukan dalam keputusan membelinya yang tahapnya dimulai dari pengenalan masalah yaitu berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan. Faktor utama mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebutuhan seperti budaya dan kelas sosial Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan juga keyakinan serta sikap (Andriyansah, 2011)

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar dari pada pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumen, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumen (Kotler 2005).

Perilaku konsumen lain yang mesti dicatat adalah masalah pengambilan keputusan dalam pembelian. Dalam mengkonsumsi dan membeli sesuatu, konsumen terlebih dahulu membuat keputusan mengenai produk yang akan dibeli, kapan dan bagaimana proses pembelian itu akan terjadi. Dimana setiap ingin melakukan proses pembelian diperlukan pengambilan keputusan.

Saat ini banyak bermunculan merek *smartphone* dengan berbagai kecanggihan teknologi, model, desain, memberikan kualitas yang bagus, dan harga yang cukup bersaing. Salah satu vendor ternama yang selalu *update* dengan *gadget* canggih terbarunya dan merupakan *smartphone* berbasis Android, adalah Samsung. Seperti yang kita ketahui bahwa Samsung sudah banyak mengeluarkan tipe *smartphone* terbaru di setiap tahunnya. Kita tidak akan ketinggalan zaman jika menggunakan *smartphone* yang satu ini, sebab banyak mulai dari kalangan muda hingga tua memilih untuk menggunakan *smartphone* Samsung sebagai *smartphone* bersistem operasi Android. Karena *smartphone* Samsung sudah tidak perlu lagi diragukan kecanggihannya. Samsung memberikan

semua aplikasi canggih yang dibutuhkan masyarakat, oleh sebab itu di setiap tahunnya Samsung selalu merilis *gadget smartphone* terbarunya untuk kita semua.

(<http://hpsamsung-android.blogspot.com/#>)

SmartPhone Samsung Android merupakan salah satu *handphone* yang paling banyak dicari, karena samsung sebagai salah satu ponsel yang mengeluarkan *handphone* terbarunya dengan sistem operasi android Salah satunya Harga Samsung *Galaxy Note* juga lebih murah dari Ipad, sehingga menjadi daya tarik sendiri untuk pengguna *smartphone*. *HandPhone* Samsung Android memang sudah merajai dunia *smartphone*, khususnya di Indonesia. (<http://hpsamsung-android.blogspot.com/#>)

Selanjutnya, keberhasilan Samsung dalam *platform* Android dimulai dengan peluncuran Samsung *Galaxy S*. *Handphone* ini diluncurkan oleh Samsung pada Maret 2010. Dan, tingkat penjualan *handphone* ini pun cukup tinggi. Pada Januari 2011, Samsung berhasil menjual *handphone* ini sebanyak 10 juta unit. Keberhasilan tersebut pun merembet pada suksesor dari *Galaxy S*. Di antaranya adalah Samsung *Galaxy S II* dan Samsung *Galaxy S III*. Tak hanya itu, beberapa *handphone Galaxy* lainnya pun memperoleh sambutan tinggi di pasaran. Di antaranya adalah Samsung *Galaxy Mini*, Samsung *Galaxy Young* serta Samsung *Galaxy Note*. (www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/)

Android adalah sistem operasi yang berbasis Linux untuk telepon seluler seperti telepon pintar dan komputer tablet. Android menyediakan *platform* terbuka

bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Di dunia ini terdapat dua jenis distributor sistem operasi Android. Pertama yang mendapat dukungan penuh dari Google atau *Google Mail Services (GMS)* dan kedua adalah yang benar-benar bebas distribusinya tanpa dukungan langsung Google atau dikenal sebagai *Open Handset Distribution (OHD)*. Perkembangan telepon seluler dengan teknologi informasi yang digunakan serta desain dan model telepon seluler, ditandai dengan peningkatan penjualan setiap tahunnya (www.wikipedia.org).

Tabel 1.1

Data Persentase Sistem Operasi

Mobile Operating system	Unit	Market Share	Unit	Market Share	Year-over-Year Change
	Shipment		Shipment		
	Quartal 1 (2012)		Quartal 1 (2011)		
Android	89.9	59.0%	36.7	36.1%	145.0%
iOS	35.1	23.0%	18.6	18.3%	88.7%
Symbian	10.4	6.8%	26.4	26.0%	-60.6%
Blackberry OS	9,7	6,4%	13,8	13,6%	-29,7%
Linux	3.5	2.3%	3.2	3.1%	9.4%
Windows Phone 7/Windows Mobile	3.3	2.2%	2.6	2.6%	26.9%
Other	0.4	0.3%	0,3	0,3%	33,3%
Total	152,3	100,0%	101,6	100,0%	49,9%

Sumber : www.teknjournal.com

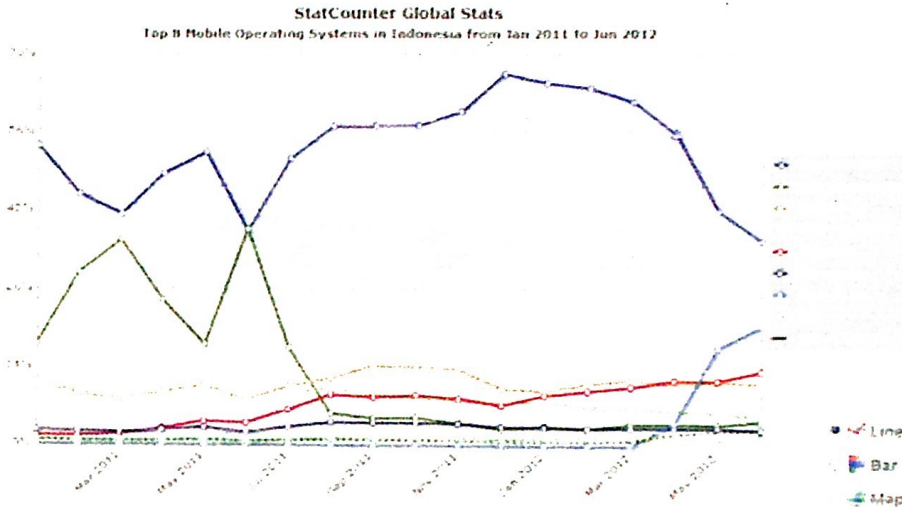
Lembaga riset IDC mengumumkan penjualan smartphone dan penggunaan sistem operasi pada perangkat mobile untuk kuartal I-2012. Hasilnya, Android dan iOS yang mendominasi. Android mencatat kenaikan pangsa pasar paling

tinggi dan BlackBerry anjlok ke angka 6,4 persen. Android yang pada periode sama tahun lalu mencatat angka 36,1 persen, kini naik menjadi 59 persen. Sedangkan iOS dengan iPhone-nya naik dari 18,3 persen menjadi 23 persen. Sementara pangsa pasar ponsel yang turun adalah Symbian, dari 26 persen menjadi 6,8 persen. Serta BlackBerry yang anjlok dari 13,6 persen menjadi 6,4 persen.

Rinciannya Android terjual (89,9 juta unit), iOS (35,1 juta unit), Symbian (10,4 juta unit), BlackBerry OS (9,7 juta unit), Linux (3,5 juta unit), Windows Phone (3,3 juta unit) dan lainnya 400.000 unit. Secara keseluruhan, jumlah penjualan ponsel hingga kuartal I-2012 mencapai 152,3 juta unit di seluruh dunia. Di sisi vendor, Samsung muncul sebagai pemain dominan di pasar Android. Pangsa pasar Samsung terhadap pemain *smartphone* Android lainnya mencapai 45,4 persen.

Gambar 1.1

Data Penggunaan Handphone atau Smartphone Berdasarkan System Operasi di Indonesia



Sumber : <http://leo4kusuma.blogspot.com/2012/07/perbandingan-pengguna-smartphone.html#.Ukd6NYbeRbw>

Dari data diatas bahwa pengguna samsung android masih dibawah syimbianOS. tetapi Jumlah pengguna Android di Indonesia terus memperlihatkan tren meningkat sejak bulan Maret 2011, bahkan jauh di atas jumlah pengguna BlackBerry OS pada bulan Agustus 2011. Jumlah pengguna iOS seperti pada grafik di atas diperlihatkan masih di bawah jumlah pengguna BlackBerryOS maupun Android di sepanjang periode.

Tabel 1.2
PENJUALAN TELEPON SELULER DI INDONESIA
TAHUN 2011-2012

PERUSAHAAN	2011 (ribu per unit)	(%)	2012 (ribu per unit)	(%)	Tingkatan kelas berdasarkan jenis)
Samsung	315,052.2	17.7	384,631.2	22.0	Kelas atas bawah dan menengah atas, dan menengah
Nokia	422,478.3	23.8	333,938.0	19.1	Kelas menengah
Apple	89,263.2	5.0	130,133.2	7.5	Kelas atas tinggi dan ats bawah
ZTE	56,881.8	3.2	67,344.4	3.9	Kelas pekerja dan kelas bawah tinggi
LG	86,370.9	4.9	58,015.9	3.3	Kelas menengah dan menengah atas
Huawei	40,663.4	2.3	47,288.3	2.7	Kelas pekerja dan bawah tinggi
TCL	34,037.5	1.9	37,176.6	2.1	Kelas bawah tinggi
BlackBerry	51,541.9	2.9	34,210.3	2.0	Kelas menengah atas dan menengah
Motorola	40,269.1	2.3	33,916.3	1.9	Kelas menengah, pekerja
HTC	43,266.9	2.4	32,121.8	1.8	Kelas menengah dan pekerja
Others	595,886.9	33.6	587,399.6	33.6	Kelas menengah atas dan menengah
Total	1,775,712.0	100.0	1,746,175.6	100.0	

Sumber: (Gartner dalam kusumaningtyas, 2013) *) diolah oleh peneliti

Dari data penjualan diatas samsung terlihat mengalami peningkatan pada periode tahun 2012 yaitu 22,0% dibandingkan seluler lainnya seperti nokia yang mengalami penurunan penjualan pada periode tahun 2012 sebesar 19,1%. tetapi dari selular lainnya selain samsung, nokia, apple, zte, LG, huawei, tcl, blackberry, motorola dan htc, data penjualan perusahaan others (diantaranya seperti handphone berbagai merek dari cina dan smartphone android lainnya) masih lebih unggul 33,6% pada periode tahun 2012 dibandingkan samsung. Samsung

masih harus melihat pesaing-pesaing yang ada agar pasaran samsung tak mudah jatuh dipasaran. Samsung harus melihat tingkatan kelas sosial yang ada dalam masyarakat. kelas sosial dan lapisan sangat penting untuk para produsen karena dapat membedakan target sasaran produsen tersebut apa untuk status yang lebih tinggi atau untuk status yang lebih rendah dalam menjual produk.

Pengaruh dari adanya kelas sosial terhadap perilaku konsumen begitu tampak dari pembelian akan kebutuhan sehari-hari, bagaimana seseorang dalam membeli akan barang kebutuhan sehari-hari baik yang primer ataupun hanya sebagai penghias dalam kelas sosial begitu berbeda. Untuk kelas sosial dari status yang lebih tinggi akan membeli barang kebutuhan yang bermerek terkenal, ditempat yang khusus dan memiliki harga yang cukup mahal. Sedangkan untuk kelas sosial dari status yang lebih rendah akan membeli barang kebutuhan yang sesuai dengan kemampuannya dan ditempat yang biasa saja. Adapun yang merupakan ukuran kelas sosial dari konsumen yang dapat diterima secara luas dan mungkin merupakan ukuran kelas sosial terbaik terlihat dari pekerjaan, pendidikan dan penghasilan. (Rianto, 2013)

Berdasarkan uraian dan fenomena latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“ANALISIS PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

- 1.2.1 Seberapa besar pengaruh kelas sosial dalam pengambilan keputusan pembelian pada produk *Smartphone* Samsung Android?
- 1.2.2 Variabel kelas sosial manakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Smartphone* Samsung Android?

1.3 Tujuan penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh parsial dan serempak variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Smartphone* Samsung Android.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penyebab pengaruh dominan variabel kelas sosial yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Smartphone* Samsung Android

1.4 Manfaat Penelitian

- Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan dapat mengembangkan pengetahuan penulis tentang teori-teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang

berkaitan dengan kelas sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk.

- **Praktis**

Dapat memberikan dan menambah informasi khususnya bagi perusahaan Samsung mobile, serta memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga produsen bisa lebih meningkatkan kembali mengenai program apa yang sebaiknya dilakukan guna memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumennya.

1.5 Sistematika Skripsi

Dalam penelitian ini, penulis membagi materinya menjadi lima bab dan setiap bab terbagi menjadi sub bab. Adapun sistematika penelitiannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab I akan dikemukakan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab II berisikan teori yang mendukung untuk membahas/memecahkan pertanyaan penelitian meliputi: perilaku konsumen, faktor-faktor perilaku konsumen, karakteristik Kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, proses keputusan pembelian dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, jenis dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel penelitian, uji instrumen penelitian serta dijelaskan pula mengenai teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan pembahasan dan analisis dari data yang diperoleh dan diolah oleh peneliti, sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti dengan menggunakan teknik analisis data yang telah ditentukan sebelumnya.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab VI merupakan hasil akhir dari penelitian, dimana dalam bab ini penulis membuat beberapa kesimpulan dari pembahasan yang diuraikan pada bab terdahulu kemudian dilanjutkan dengan memberikan saran-saran yang mungkin berguna bagi pihak perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Kurnia. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Atau Smartphone Samsung Jenis Android. (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro).
- Anggraeni, Ria. 2012. Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Program CSR (Fakultas Ekonomi Sriwijaya, Palembang).
- Andriansyah, Firman Nur. 2011. Faktor Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli *Handphone* Blackberry Di Plaza Marina Surabaya.
- Arta, Ayu. 2014. Pengaruh Variabel Demografis (Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan Dan Ukuran Keluarga) Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Deterjen Merk Soklin Di Kecamatan Glagah Kabupaten Lamongan).
- Churcill, G.A.. 2000. Dasar-dasar Riset Pemasaran. Jilid 1. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran (*Principles of marketing*), edisi 12, Penerbit Erlangga, Ciracas, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

Kusumaningtyas, Tri Eka. 2013. Analisis pengaruh psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian smartphone blackberry (studi kasus pada konsumen blackberry di kota semarang)

Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen (konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran), edisi pertama, PRENADA MEDIA, Jakarta Timur.

Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen, edisi ketujuh, PT Indeks, Jakarta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CVAlfabeta.

Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Cetakan 1. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Caps

<http://noerdblog.wordpress.com/2011/09/04/proses-pengambilan-keputusan-konsumen/> (diakses tahun 2012)

<http://endyf.blogspot.com/2009/12/contoh-proposal-skripsi-manajemen.html> (diakses tahun 2013)

<http://www.sarjanaku.com/2013/01/pengertian-populasi-sampel-dan-sampling.html> (diakses tahun 2013)

<http://riantopurba.blogspot.com/2013/01/pengaruh-kelas-sosial-dan-status.html> (diakses 13 september 2013)

<http://posbali.com/pengguna-smartphone-di-indonesia-sub-2015-diperkirakan-capai-187-juta/> (diakses 10 oktober 2013)

<http://blog.ub.ac.id/nadiaayuhemayanti/2013/01/01/artikel-pengaruh-kelas-sosial-terhadap-pembelian-dan-world-class-entrepreneurial-university/> (diakses tahun 2013)

http://www.academia.edu/5885641/PENGARUH_VARIABEL_DEMOGRAFIS_KONSUMEN_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_PRODUK?login=dian_drj@yahoo.com&email_was_taken=true (diakses tahun 2014)