

# ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SMARTPHONE

## MEREK SAMSUNG DI DESA TRIREJO KABUPATEN PURWOREJO

**Aning Lestari**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

[lestarianing486@gmail.com](mailto:lestarianing486@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) sikap konsumen terhadap kualitas, harga, model dan warna smartphone Samsung dan (2) ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap smartphone merek Samsung berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendapatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna smartphone Samsung di Desa Tlirejo, Kabupaten Purworejo. Sampel penelitian berjumlah 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Instrumen pengumpulan data menggunakan angket dengan skala Likert yang masing-masing sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan metode Fisbhein dan Chi Kuadrat. Nilai perhitungan sikap konsumen terhadap produk smartphone Samsung tergolong baik yaitu 67,9054. Hasil analisis Chi kuadrat diperoleh bahwa Chi Kuadrat hitung jenis kelamin, usia dan pendapatan lebih kecil dari Chi Kudrat Tabel. Menunjukkan angka  $1,0 < 2,706$  dan  $1,44 < 2,706$  serta pendapatan  $2,56 > 2,706$  yang artinya bahwa jenis kelamin, usia dan pendapatan mempengaruhi sikap konsumen.

**Kata kunci : Sikap Konsumen, Atribut produk smartphone merek Samsung.**

### A. PENDAHULUAN

Pada masa seperti sekarang ini, kondisi persaingan dalam dunia usaha semakin terbuka dan semakin ketat. Persaingan ini sering terjadi dan merupakan suatu tantangan dalam dunia usaha, hal ini disebabkan karena setiap perusahaan berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya sehingga diminati oleh konsumen. Disamping itu usaha-usaha baru mulai bermunculan yang bergerak dalam bidang usaha yang sama karena mereka ingin mencoba usaha tersebut melihat usaha tersebut hasilnya sangat menjanjikan. Seseorang atau perusahaan yang baru terjun dalam usaha yang baru, biasanya melakukan kegiatan pemasaran yang lebih agresif agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat/ konsumen. Masyarakat pada masa sekarang ini sering membelanjakan pendapatannya untuk

membeli barang dan jasa yang semakin beraneka jenisnya, seperti berbagai kendaraan baru, mesin cuci, pesawat televisi, ponsel genggam dan seterusnya. Oleh karena hal tersebut, maka perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen, sebab dalam pemasaran suatu produk tujuan akhir dan terpenting yang ingin dicapai adalah kepuasan konsumen setelah mendapatkan apa yang mereka inginkan. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk *smartphone* Samsung maka sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan penelitian mengenai sikap konsumen beserta faktor-faktor yang menentukan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen biasanya bersikap selektif dan cermat dalam memilih produk. Konsumen cenderung berfikir apa yang bisa produk tersebut berikan dan sesuai tidak dengan apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Permasalahan dari penelitian ini adalah : (1) Sikap konsumen terhadap atribut produk seperti kualitas, harga, model, warna merek Samsung belum diketahui. (2) Pengaruh sikap konsumen terhadap usia, jenis kelamin dan pendapatan belum diketahui. Berdasarkan penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap kualitas, harga, model dan warna *smartphone* Samsung. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap *smartphone* merek Samsung berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendapatan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Masripan Fakultas Ekonomi Program Manajemen Universitas Muhammadiyah Purworejo (2007) adalah Menganalisis Sikap Konsumen Terhadap Merek Handphone Sony Ericsson di Kecamatan Purworejo. Penelitian ini membuktikan bahwa ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan terhadap merek handphone Sony Ericsson berdasarkan karakteristik jenis kelamin, karakteristik usia, dan karakteristik pendapatan. Penelitian yang dilakukan oleh Agus Pratomo Fakultas Ekonomi Program Studi

Manajemen Universitas Muhammadiyah purworejo (2007) adalah Menganalisis Sikap Konsumen Terhadap Surat Kabar Purworejo Post di Kecamatan Purworejo. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan terhadap harga, isi berita, gaya bahasa dan gambar berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pendapatan.

### **B. METODE PENELITIAN**

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Penelitian dilakukan di Desa Trirejo, Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2016 sampai Juli 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna smartphone merek Samsung di Desa Trirejo. Hal ini diharapkan agar hasil yang didapatkan dalam penelitian ini lebih efektif serta sesuai dengan apa yang peneliti inginkan.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Nonprobability Sampling*. *NonProbability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono,2010:66). Dilakukan dengan cara *Snowball Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2010:68). Dalam penentuan sampel mula-mula dipilih satu atau dua orang responden yang potensial tetapi karena dengan dua orang ini masih belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan maka peneliti mencari orang lain dengan cara peneliti menanyakan kepada satu atau dua responden apakah mereka mengenal seseorang yang sesuai dengan karakteristik yang sama yang dicari dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner uji validitas dan reliabilitas instrumen.

### C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan selisih antara nilai keyakinan dan nilai evaluasi hasil selisih paling kecil adalah Warna dan Harga artinya atribut tersebut merupakan atribut yang paling sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan pada nilai keyakinan yang paling tinggi adalah kualitas 4,59 yang berarti kualitas ini mempunyai dampak yang disukai oleh konsumen yang menyebabkan Smartphone Samsung banyak dipakai oleh konsumen. Nilai evaluasi yang paling tinggi terletak pada harga 4,25 yang berarti harga dapat terjangkau oleh konsumen, sehingga smartphone Samsung menjadi pilihan konsumen. Pada analisis sikap konsumen secara keseluruhan dari hasil

perhitungan dengan rumus Fishbein menunjukkan bahwa hasil tersebut sebesar 67,9054 dari hasil analisis sikap menggunakan rumus Fishbein yang dimasukkan ke dalam skala dengan jarak interval 19,2 menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut produk adalah Baik. Hasil analisis kuantitatif yang menggunakan rumus Chi Kuadrat berdasarkan  $dk = 1$  dan taraf kesalahan yang ditetapkan 10% maka harga Chi kuadrat Tabel adalah = 2,706. Ternyata harga Chi Kuadrat hitung mengenai kategori jenis kelamin menunjukkan bahwa lebih kecil dari harga Chi kuadrat Tabel, yaitu  $1,0 < 2,706$ . maka harga Chi kuadrat Tabel adalah = 2,706. Ternyata harga Chi Kuadrat hitung mengenai kategori usia lebih kecil dari harga Chi kuadrat Tabel, yaitu  $1,44 < 2,706$ . Berdasarkan  $dk = 1$  dan taraf kesalahan yang ditetapkan 10% maka harga Chi kuadrat Tabel adalah = 2,706.

### D. SIMPULAN DAN SARAN

Konsumen mempunyai sikap yang baik atau positif terhadap smartphone merek Samsung. Saran yang dapat diberikan : Perusahaan sebaiknya memberikan pelayanan yang baik kepada pengguna smartphone Samsung misalnya dengan mempunyai sistem *Costumer service* yang baik maka hal itu merupakan kesempatan besar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.