

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN PONSEL BERBASIS TEKNOLOGI ANDROID DI KABUPATEN PURWOREJO

Oleh:

**Nani Salisiya
Manajemen**

Nani_salysya@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap perilaku pembelian ponsel android di Kabupaten Purworejo.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan ponsel berbasis teknologi android di Kabupaten Purworejo. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Faktor kebudayaan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian dengan taraf signifikansi p_{value} 0,002. (2) Faktor sosial berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian dengan taraf signifikansi p_{value} 0,008. (3) Faktor pribadi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian dengan taraf signifikansi p_{value} 0,006. (4) Faktor psikologi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian dengan taraf signifikansi p_{value} 0,001. Secara keseluruhan faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android di Kabupaten Purworejo, dilihat dari F hitung sebesar 28.278 dan sig 0,000.

Dalam penelitian ini besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R²*) yaitu sebesar 0,516 atau 51,6%. Artinya 51,6% perubahan yang terjadi pada perilaku pembelian disebabkan oleh variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan perilaku pembelian.

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

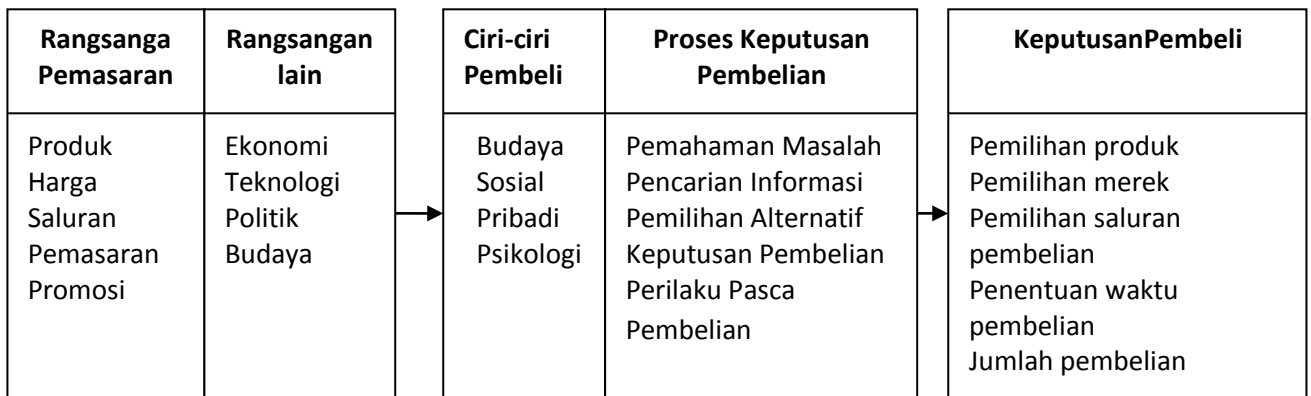
Perkembangan teknologi yang sangat pesat, mendukung banyak teknologi baru bermunculan, hal itu diharapkan mampu memberikan fasilitas menjanjikan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini juga terjadi pada teknologi telepon seluler (ponsel). Ponsel bukan lagi hanya sekedar sebagai alat komunikasi tetapi juga merupakan bagian dari kebutuhan sehari-hari yang mendukung aktivitas kerja dan gaya hidup.

Teknologi ponsel yang berbasis *Symbian* saat ini sudah tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan internet hingga muncullah para pesaing teknologi ponsel yang menggunakan internet yaitu Apple, Blackberry dan ponsel yang menggunakan Android. Keunggulan ponsel yang menggunakan teknologi android adalah memiliki teknologi yang cukup canggih terbukti pada ketersediaan fitur-fitur yang menarik dan beraneka macam.

B. KAJIAN TEORI

Perilaku pembelian merupakan perilaku konsumen dalam membeli produk yang akan mereka manfaatkan. Mempelajari dan memahami perilaku konsumen akan memberikan petunjuk bagi para pemasar dalam mengembangkan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, dan elemen bauran pemasaran lainnya (Kotler, 2007).

Model Perilaku Pembelian



Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian

- Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen (Kotler, 2007: 203). Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub-budayanya, dan kelas sosial pembeli. Perilaku pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial.
- Faktor sosial merupakan faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar kita (Kotler, 2007: 206). Faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

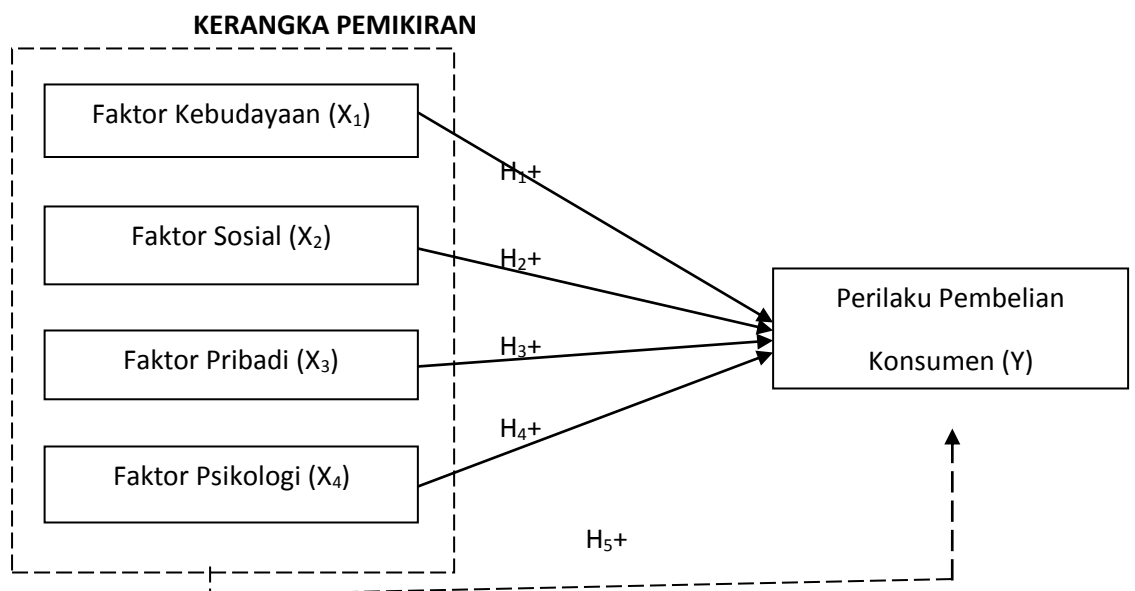
- c. Faktor pribadi merupakan faktor yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi (Kotler, 2007: 210). Faktor-faktor pribadi ini meliputi karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.
- d. Faktor psikologi merupakan faktor paling mendasar dalam diri individu yang akan mempengaruhi pilihan-pilihan seseorang dalam membeli (Kotler, 2007: 215). Faktor psikologi meliputi faktor motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas maka fokus dalam penelitian ini apakah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android, dengan tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap perilaku pembelian pada ponsel berbasis android.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Sasangka (2010) yang meneliti tentang “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Air Minum Energi (Studi Kasus pada Extra Joss di PT. Bintang Toedjoe Cabang Semarang). Faktor Kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi baik secara parsial maupun smultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman energi Extra Joss.

Hasil penelitian Hadijah (2012) mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha pada PT. Suracojaya Abadi Motor” . Koefisien determinasi (R^2) = 0,597. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 59,70% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel (kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis), sedangkan sisanya ($100\% - 59,70\% = 40,30\%$) dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti.



Keterangan :

- : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- - - - -→ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Hipotesis

- H₁ : Diduga faktor kebudayaan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel android.
- H₂ : Diduga faktor sosial berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel android.
- H₃ : Diduga faktor pribadi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel android .
- H₄ : Diduga faktor psikologi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel android.
- H₅ : Diduga secara bersama-sama faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel android.

C. METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

1. Faktor Kebudayaan

Faktor yang dipengaruhi kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu (Kotler, 2007: 203). Indikatornya dapat dilihat dari:

- a. Budaya
- b. Sub budaya
- c. Kelas sosial

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar kita (Kotler, 2007: 206). Indikatornya dapat dilihat dari:

- a. Kelompok referensi
- b. Keluarga
- c. Peranan dan status

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi (Kotler, 2007: 210). Indikatornya dapat dilihat dari:

- a. Usia dan tahap daur hidup
- b. Pekerjaan
- c. Kondisi ekonomi
- d. Gaya hidup
- e. Kepribadian dan konsep diri

4. Faktor Psikologi

Faktor psikologi merupakan faktor paling mendasar dalam diri individu yang akan mempengaruhi pilihan-pilihan seseorang dalam membeli (Kotler, 2007: 215). Indikatornya dapat dilihat dari:

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Belajar
- d. Keyakinan dan sikap

5. Perilaku Pembelian Konsumen

Yaitu tahap dimana konsumen akan membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan, dimana konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai (Kotler, 2007: 227). Indikatornya dapat dilihat dari:

- a. Kebutuhan konsumen akan *handphone*
- b. Konsumen mencari informasi mengenai produk *handphone* android
- c. Evaluasi alternatif terhadap produk sebelum membeli
- d. Konsumen memutuskan membeli *handphone* jenis android

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen ponsel android di Kabupaten Purworejo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang (Sugiyono, 2006: 72). Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yang sudah diujicobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

D. ANALISIS HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Dengan bantuan komputer program SPSS for windows 16.0 dapat diketahui hasil validitas dari tiap item variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan perilaku pembelian semua dinyatakan valid dan tidak ada item yang gugur karena mempunyai nilai $r_{xy} > 0,3$.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ dan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu memberikan hasil yang konsisten bila dipakai secara berulang kali dari waktu ke waktu dengan adanya konsistensi responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner tersebut.

Hasil Uji Regresi Linerar Berganda

Variabel	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	t hitung	p_{value}	Keterangan
Faktor kebudayaan	0.193	2.385	0.019	Signifikan
Faktor sosial	0.264	2.865	0.005	Signifikan
Faktor pribadi	0.273	3.021	0.003	Signifikan
Faktor psikologis	0.257	3.374	0.001	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa faktor kebudayaan (X_1) mempunyai pengaruh sebesar 0,193 terhadap perilaku pembelian (Y). Faktor sosial (X_2) mempunyai pengaruh sebesar 0,264 terhadap perilaku pembelian (Y). Faktor pribadi (X_3) mempunyai pengaruh sebesar 0,273 terhadap perilaku pembelian (Y). Faktor psikologi (X_4) mempunyai pengaruh sebesar 0,257 terhadap perilaku pembelian (Y).

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel didapatkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi menghasilkan t hitung yang bernilai positif dan $p_{value} < 0,05$ sehingga signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas (faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi) secara parsial berpengaruh positif pada variabel terikat (perilaku pembelian) ponsel berbasis android di Kabupaten Purworejo.

a. Faktor kebudayaan

Hasil penilaian t hitung sebesar 2,385 dan p_{value} sebesar 0,019 $< 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti faktor kebudayaan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian.

b. Faktor sosial

Hasil nilai t hitung sebesar 2,865 dan p_{value} sebesar 0,005 $< 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti faktor sosial berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian.

c. Faktor pribadi

Hasil nilai t hitung sebesar 3,021 dan p_{value} sebesar 0,003 $< 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti faktor pribadi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android.

d. Faktor psikologi

Hasil nilai t hitung sebesar 3,374 dan p_{value} sebesar 0,001 $< 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti faktor psikologis berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian konsumen

Berdasarkan tabel didapat nilai F hitung sebesar 27.396 dengan signifikansi = 0,000 atau $< 0,05$ maka dapat dikatakan pengaruhnya signifikan, berarti hipotesis ke

lima yang berbunyi faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android di Kabupaten Purworejo.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android di Kabupaten Purworejo.

Bagi peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian yang sama, sebaiknya menambah variabel bebas selain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi, karena masih ada kemungkinan variabel bebas lain yang mempengaruhi perilaku pembelian, selain itu sebaiknya penelitian dilakukan pada lingkup yang lebih besar yaitu tidak hanya dilakukan di Kabupaten Purworejo saja agar dapat lebih meningkatkan generalisasi penelitian.

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini adalah variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android di kabupaten Purworejo. Hal ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sasangka (2010) yang menyatakan bahwa faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli minuman energi.

2. Implikasi Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap perilaku pembelian ponsel berbasis android di Kabupaten Purworejo. Hasil penelitian ini diharapkan membantu pemasar dalam membuat keputusan untuk memilih strategi yang paling tepat bagi kegiatan pemasaran produknya. Untuk pemasar ponsel berbasis teknologi android dengan mengetahui hasil penelitian yang menemukan bahwa faktor pribadi yaitu khususnya gaya hidup yang mempunyai pengaruh paling besar maka dapat dilakukan strategi dengan membuat kualitas produk yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, 2007, *.Aplikasi AnalisisMultivariate dengan Progam SPSS*.
Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Bahar, Siti Hadija, 2012, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam
Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamahapada PT. Suracojaya
Abadi Motor, Skripsi, Tidak Diterbitkan: Universitas hasannudin
Makassar.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi Kedua Belas, Jakarta:
PT. Indeks Gramedia.
- Sasangka, Ari Luhur, 2010, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi
Keputusan Konsumen dalam Pembelian Minuman Energi (Studi Kasus
pada Extra Joss di PT.Bintang Toedjoe Cabang Semarang), *Skripsi*, Tidak
Diterbitkan, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono, 2006, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta.

PERSETUJUAN PEMBIMBING ARTIKEL

Judul Artikel : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Ponsel
Berbasis Teknologi Android di Kabupaten Purworejo

Nama penyusun : Nani Salisiya

Nim : 082210039

Program studi : Manajemen, Universitas Muhammadiyah Perworejo

Telah memenuhi syarat untuk diunggah ke *e-journal*

Kebumen, 8 September 2013

Pembimbing,

Endah Pri Ariningsih, S.E.,M.Sc
NIDN: 0024017701

PERSETUJUAN *REVIUWER* ARTIKEL

Judul Artikel : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Ponsel
Berbasis Teknologi Android di Kabupaten Purworejo

Nama penyusun : Nani Salisiya

Nim : 082210039

Program studi : Manajemen, Universitas Muhammadiyah Perworejo

Telah memenuhi syarat untuk diunggah ke *e-journal*

Kebumen, 8 September 2013

Pembimbing,

Intan Puspitasari, S.E.,M.Sc
NIDN: 0610067601

