

menetapkan strategi pemasaran selanjutnya bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sejalan dengan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sikap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Sebagai Konsumen Nokia”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah sikap konsumen dalam membeli produk telepon seluler merek Nokia terutama di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta?
2. Apakah ada perbedaan sikap konsumen dalam membeli produk telepon seluler merek Nokia berdasarkan karakteristik konsumen?

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dirumuskan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan sikap konsumen dalam membeli produk telepon seluler merek Nokia terutama di Fakultas Ekonomi Islam Indonesia Yogyakarta.

2. Untuk menentukan perbedaan sikap konsumen dalam membeli produk telepon seluler merek Nokia terutama di Fakultas Ekonomi Islam Indonesia Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen.

2.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1) Bagi Penulis

Merupakan kesempatan yang sangat baik sebagai untuk penulis sebagai penerapan disiplin ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah ke dalam praktek lapangan dan sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis.

2) Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan sebagai masukan untuk perusahaan dalam mengetahui secara pasti sikap konsumen manakah yang sesuai dengan produk telepon seluler merek Nokia. Sehingga sebagai pertimbangan perusahaan dalam menyusun strategi pemasarannya yang akan datang.

3) Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang telah disampaikan didepan juga sebagai sumbangan pemikiran untuk bahan peneliti lebih lanjut dalam bidang pemasaran.

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta terdapat perbedaan yang berarti pada atribut kualitas, desain, teknologi dan penampilan. Hal ini disebabkan karena wanita lebih lebih mempertimbangkan gaya dan penampilan dalam menggunakan produk handpone, sehingga terkesan sebagai produk yang trendy, berkualitas dengan teknologi yang handal, serta desain menarik. Dan hal ini tentunya akan mengangkat nilai sosial mereka.

Berdasarkan usia responden, atribut teknologi dan kemudahan penggunaan, terdapat sikap yang berbeda antara konsumen yang berusia kurang dari 20 tahun, usia antara 20 – 22 tahun dan yang berusia lebih dari 22 tahun. Hal ini disebabkan karena usia yang berbeda maka akan mempengaruhi dalam penggunaan dan keyakinan akan teknologi, karena pengalaman yang ada selama ini. Semakin tua usia maka pengalamam mereka akan semakin besar, sehingga akan lebih mengetahui produk-produk handpone yang memiliki kualitas bagus dan tidak bagus, begitu juga dengan pengalaman yang lebih maka mereka tidak akan kesulitan dalam menggunakan produk handpone tersebut.