

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan dunia bisnis telepon seluler yang semakin pesat saat ini dengan berbagai macam persaingan membuat perusahaan harus berupaya lebih keras dalam memasarkan produknya. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan seri telepon seluler yang baru dan lebih mutakhir. Disamping dari sisi teknologi, dari sisi desain maupun dari sisi ukuran dirasakan semakin berkembang. Akibatnya semakin banyak masyarakat yang menggunakan telepon seluler, dari varian yang dirasakan sudah ketinggalan zaman hingga varian terbaru. Perkembangan yang begitu pesat tersebut menjadikan telepon seluler bukan sebagai suatu barang mewah yang hanya dapat dirasakan oleh sebagian golongan masyarakat saja, melainkan sudah menjadi barang yang umum dapat ditemukan dalam masyarakat, baik dalam golongan atas, golongan menengah hingga golongan bawah.

Menanggapi trend ini, khususnya di wilayah Yogyakarta, maka Dazzle seluler mencoba menangkap kebutuhan konsumen dengan menjual asesories handphone sebagai pelengkap/ penunjang dari handphone itu sendiri, baik berupa batu battery, casing, maupun asesories penunjang lain, seperti sarung handphone, lampu dan keypad. Dazzle seluer berani terjun kedalam usaha ini dikarenakan jumlah konsumen potensial yang makin meningkat di wilayah Yogyakarta, seperti bertambahnya jumlah mahasiswa maupun unsur masyarakat lain, dengan disertai

dengan meningkatnya daya beli masyarakat. Disamping itu, masyarakat lebih cenderung untuk membeli asesories handphone dibandingkan dengan membeli handphone baru dengan harga yang lebih mahal.

Sedangkan dari jenis variasi produk asesories itu sendiri dirasakan semakin bervariasi, baik dari segi warna, corak, bentuk, kualitas produk dan harga. Dengan demikian, masyarakat dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan dana yang ada. Karenanya tidak salah jika Dazzle seluler berani memasuki bisnis ini dengan faktor-faktor yang ada diatas.

Dazzle seluler menjual produk dari kualitas murah (kualitas II) hingga produk original, dengan konsekuensi harga yang lebih mahal, dengan harapan konsumen memiliki pilihan dalam membeli asesories handphone yang diinginkan, sesuai dengan ketersediaan dana yang ada.

Dengan kondisi pasar yang potensial di wilayah Yogyakarta, tentunya banyak pesaing yang mencoba masuk maupun pesaing yang sudah ada sebelumnya, untuk memperebutkan konsumen yang ada. Namun Dazzle seluler merasakan hal ini sebagai persaingan yang wajar dan Dazzle seluler memiliki strategi-strategi tersendiri untuk memenangkan persaingan yang ada secara jujur dan dengan tidak merugikan atau menjatuhkan pesaing yang ada.

Dalam hal ini orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipegang Dazzle seluler dalam memenangkan persaingan yang sangat ketat. Menyadari akan hal tersebut, maka jelaslah bahwa faktor pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan dalam rangka mengembangkan, mempertahankan kelangsungan bisnis, mendapatkan laba, serta

memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan. Karenanya perusahaan dituntut secara aktif untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, baik dengan menyebarkan kuisioner maupun menanyakan secara langsung kepada konsumen.

Konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang biasanya didasari oleh motivasi yang berbeda-beda dan jarang sekali suatu pembelian hanya didasari oleh satu mitivator saja. Mengetahui dan memahami motivasi pembelian konsumen sangat penting bagi pelaku pasar, karena akan mempengaruhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Asmai Ishak, motivasi didefinisikan sebagai keadaan atau kondisi yang menggerakkan seseorang agar melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan, sebagai suatu motif yang ada dalam diri seseorang dan akan mewujudkan suatu tungkah laku yang diarahkan pada tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan (Asmai Ishak, 1992:8).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitan guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk aseasonies handphone yang dijual di Dazzle Yagoyakarta, dengan mengangkat masalah tersebut dalam suatu karya ilmiah berjudul: "ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMBELI ASESSORIES HANDPHONE DI DAZZLE SELULER, YOGYAKARTA."

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut  
 “Adakah perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli asesories handphone di Dazzle seluler, Yogyakarta, berdasarkan karakteristik konsumen.”

## 1.3 PEMBATAAN MASALAH

Batasan masalah perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup motivasi konsumen. Tujuannya agar penelitian ini nantinya akan menjadi terarah, tefokus dan tidak jauh dari pokok masalah. Adapun batasan yang diberikan adalah:

1. Penelitian hanya ditujukan kepada konsumen yang sedang membeli di Dazzle seluler.
2. Pada penelitian ini, karekteristik yang digunakan adalah jenis kelamin, usia dan pengeluaran per bulan dalam membeli asesories handphone.
3. Lokasi penelitian adalah di Dazzle seluler, Jl. Kaliurang Km 5.5 Yogyakarta.

## 1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

“Untuk mengetahui perbedaan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli asesories handphone di Dazzle seluler berdasarkan karakteristik yang ada.”

## 1.5 MANFAAT PENELITIAN

### 1. Bagi penulis

Yaitu dapat menambah pengalaman di bidang penelitian dan mempraktekkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dan melatih berfikir secara ilmiah serta kreatif, guna memecahkan masalah.

### 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam rangka memajukan perusahaan, serta membangkitkan strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualan serta meningkatkan kepuasan konsumen.

### 3. Bagi pihak lain.

Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca, terutama mereka yang berkecimpung di bidang pemasaran serta bagi mereka yang ingin mendirikan usaha bisnis di bidang ini, dapat mengetahui gambaran riil yang ada di pasar.