

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
SMARTPHONE SAMSUNG BAGI MAHASISWA FE UNP**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan
sebagai salah satu persyaratan
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Oleh:

WINNO RAYVANDO

NIM. 13666/2009

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

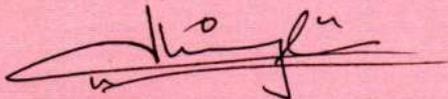
ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN SMARTPHONE SAMSUNG BAGI MAHASISWA FE UNP

Nama : Winno Rayvando
BP/NIM : 2009/13666
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juli 2014

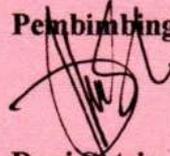
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dra. Hj. Mirna Tanjung, MS
NIP. 19491215 197703 2 001

Pembimbing II



Doni Satria, SE, M.SE
NIP. 19711114 200501 1 003

Diketahui Oleh :

Ketua

Program Studi Ekonomi Pembangunan



Drs. Ali Anis, MS
NIP. 19591129 198602 1 001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

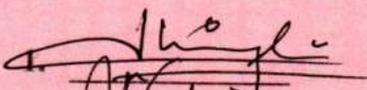
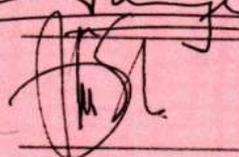
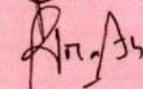
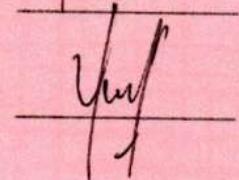
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN SMARTPHONE SAMSUNG BAGI MAHASISWA FE UNP

Nama : Winno Rayvando
Nim/Bp : 13666/2009
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juli 2014

Tim Penguji :

NO	Jabatan	Nama	TandaTangan
1.	Ketua	: Dra. Hj. Mirna Tanjung, MS	
2.	Sekretaris	: Doni Satria, SE, M.SE	
3.	Anggota	: Melti Roza Adry, SE. M.E	
4.	Anggota	: Yeniwati, SE. ME	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winno Rayvando
Nim/ Tahun Masuk : 13666/2009
Tempat/ Tanggal Lahir : Bukittinggi/ 19 September 1991
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. By Pass, Lubeg No 1
No. HP/telp. : 087780255170
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Permintaan Smartphone Samsung Bagi Mahasiswa FE
UNP

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar yang diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Mei 2014
Yang Menyatakan



Winno Rayvando
Nim/Bp. 13666/2009

ABSTRAK

Winno Rayvando 2009/13666 : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung Bagi Mahasiswa FE UNP, dengan pembimbing I Ibu Dra. Hj. Mirna Tanjung. MS dan pembimbing II Bapak Doni Satria. SE, M.SE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh harga Smartphone Samsung terhadap permintaan Smartphone Samsung (2) Pengaruh selera terhadap permintaan Smartphone Samsung (3) Pengaruh harga Smartphone Iphone terhadap permintaan Smartphone Samsung (4) Pengaruh pendapatan terhadap permintaan Smartphone Samsung (5) Pengaruh kualitas terhadap permintaan permintaan Smartphone Samsung (6) Pengaruh harga Smartphone Samsung, selera, harga Smartphone Iphone, pendapatan, dan kualitas terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan variabel penelitian dan menemukan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari 97 sampel mahasiswa FE UNP dengan teknik proportional random sampling terhadap masing-masing program studi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji G dan uji Wald dengan taraf nyata 5%.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Harga Smartphone Samsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,961$) dengan tingkat pengaruh sebesar $-0,003$ (2) Selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,004$) dengan tingkat pengaruh sebesar $0,242$ (3) Harga Smartphone Iphone berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,961$) dengan tingkat pengaruh sebesar $-0,003$ (4) Pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,351$) dengan tingkat pengaruh sebesar $-0,0000007$ dan (5) Kualitas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,701$) dengan tingkat pengaruh sebesar $-0,03$ (6) Harga Smartphone Samsung, selera, harga Smartphone Iphone, pendapatan, dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa FE UNP ($\text{sig} = 0,005$).

Penulis menyarankan kepada Perusahaan Samsung agar mampu menciptakan Smartphone yang inovatif dan berkualitas yang bisa bersaing dengan Smartphone merek lain, juga dengan harga yang dapat di jangkau oleh setiap lapisan masyarakat sehingga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membelinya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, walaupun dengan kesederhanaan dan keterbatasan yang ada dengan judul “**Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung Bagi Mahasiswa FE UNP**”.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Disamping itu juga untuk memperluas khasanah ilmu pengetahuan untuk menjadikan penulis sebagai orang yang dapat berguna bagi masyarakat.

Dalam Penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan serta kemudahan dari berbagai pihak. Terimakasih kepada kedua orang tua Penulis, yang selama ini telah memberikan dorongan, semangat serta Doa demi kelancaran penulisan ini. Selain itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibuk Dra. Hj. Mirna Tanjung, MS selaku pembimbing I dan Bapak Doni Satria, SE, M.SE selaku pembimbing II yang telah menuntun serta membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, M.Si serta para Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan fasilitas dan izin dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Alianis, M.S selaku Ketua Program Studi dan Ibu Novya Zulva Riani, S.E, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibuk Melti Roza Adry, SE. ME dan Ibuk Yeniwati, SE. ME yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis melakukan perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha yang memberikan kelancaran serta Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.
6. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Badan Pusat Statistika (BPS) Provinsi Sumatera Barat yang telah membantu kelancaran bagi penulis dalam mendapatkan data yang dibutuhkan bagi penyelesaian skripsi ini.
7. Karyawan-Karyawati ruang baca Fakultas Ekonomi dan pustaka pusat Universitas Negeri Padang, yang telah banyak memberikan bantuan dalam pencarian sumber buku untuk penulisan skripsi ini.

8. Rekan – rekan seperjuangan Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang angkatan 2009 serta para sahabat – sahabat yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca demi kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis, Amin.

Padang, Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	
1. Teori Perilaku Konsumen.....	13
2. Konsep Teori Permintaan.....	25
3. Teori Elastisitas Permintaan	27
4. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan	28
5. Fungsi Permintaan	34
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Konseptual	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	41
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Defenisi Operasional Variabel	45

G. Uji Coba Instrumen	47
a. Uji Validitas.....	48
b. Uji Reliabilitas	49
H. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Regresi Logistik	50
2. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji seluruh model (uji G)	52
b. Uji Wald.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
a. Sejarah Samsung	54
b. Perkembangan Smartphone Samsung di Kota Padang .	57
B. Karakteristik Responden	
a. Jenis Kelamin	59
b. Program Studi	59
C. Deskripsi Variabel Penelitian	
1. Deskriptif Permintaan Smartphone Samsung	60
2. Deskriptif Harga Smartphone Samsung	60
3. Deskriptif Selera Konsumen	61
4. Deskriptif Harga Smartphone Iphone	62
5. Deskriptif Pendapatan	63
6. Deskriptif Kualitas	64
D. Hasil Estimasi Regresi Logistik	65
E. Uji Hipotesis	
a. Uji Seluruh Model (G)	67
b. Uji Secara Partial (Wald)	68
F. Pembahasan Hasil Penelitian	70
G. Implikasi secara Teoritis	
1. Pengaruh Harga Smartphone Samsung (X_1) Terhadap Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP.....	72

2. Pengaruh Selera (X_2) Terhadap Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP	73
3. Pengaruh Harga Smartphone Iphone (X_3) Terhadap Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP	74
4. Pengaruh Pendapatan (X_4) Terhadap Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP	75
5. Pengaruh Kualitas (X_5) Terhadap Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Menurut Jenis Penyelenggaraan Jaringan Tahun 2008-2012.....	3
2. Persentase Rumah Tangga yang Memiliki/Menguasai Telepon Selular Menurut Provinsi Tahun 2009-2012	3
3. Jumlah Mahasiswa FE UNP Semester Juli – Desember Tahun 2013	9
4. Pembagian Sampel Menurut Program Studi	43
5. Skala Likert	48
6. Hasil Uji Validitas	49
7. Hasil Uji Realibilitas	49
8. Perkembangan Perusahaan Samsung	57
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
10. Karakteristik Respoden Berdasarkan Program Studi	60
11. Jumlah Responden Pengguna Smartphone Samsung	60
12. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga Smartphone Samsung..	61
13. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Selera Konsumen	62
14. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga Smartphone Iphone	63
15. Distribusi Frekuensi Pendapatan atau Uang Saku Perbulan	63
16. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas	64
17. Hasil Olahan Permintaan Smartphone Samsung	66
18. Uji G dan Koefisien Determinan	67
19. Hasil Uji G	68
20. Hasil Uji Wald	68
21. Marginal Effect	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Penjualan Smartphone di Indonesia Tahun 2013	6
2. Efek Perubahan Harga	14
3. Efek Perubahan Pendapatan	16
4. Kurva ekuilibrium yang memaksimalkan utilitas.....	17
5. Kurva Indifferen	18
6. Indifference Map.....	19
7. Kurva Budget Constraint	20
8. Kurva Pergeseran Garis Anggaran	21
9. Kurva Indifferen	22
10. Kurva Corner Solution	23
11. Corner Solution yang memiliki Smartphone Samsung	23
12. Corner Solution yang memiliki Smartphone selain Samsung ...	24
13. Kurva Aplikasi Permintaan Smartphone Samsung	24
14. Kurva Permintaan Berlereng Menurun.....	26
15. Kurva Pengaruh Harga terhadap Permintaan	29
16. Kerangka Konseptual Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FEUNP	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisioner Penelitian	83
2. Hasil Olahan Uji Realibility dan Validitas 30 Responden	87
3. Hasil Olahan Data Menggunakan Eviews 6	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan proses terjadinya kemajuan dan perbaikan secara terus menerus demi tercapainya tujuan yang diinginkan. Salah satu tujuan pembangunan adalah kesejahteraan masyarakat yang merata. Oleh karena itu sektor ekonomi harus mampu menunjang kegiatannya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kegiatan perekonomian di Indonesia secara umum telah berkembang pesat. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi penting dalam pertumbuhan ekonomi yaitu sarana telekomunikasi.

Dalam rangka untuk menciptakan produktivitas yang tinggi perlu adanya dukungan dari faktor lain, diantaranya adalah sarana dan prasarana komunikasi. Dengan dukungan sarana komunikasi secara tidak langsung ikut menunjang kelancaran pelaksanaan proses pembangunan untuk menciptakan pertumbuhan, dan tercapainya kesejahteraan masyarakat menuju tercapainya tujuan pembangunan nasional.

Seiring dengan adanya tuntutan pertukaran informasi yang semakin cepat antar daerah dan negara, membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Telekomunikasi berfungsi sebagai wahana pertukaran informasi, baik secara lisan (telepon, interkom,radio), tulisan (telegram dan faksimile), maupun audio visual (televisi). Adanya perkembangan yang cepat di bidang handphone,

komunikasi menyebabkan wahana telekomunikasi dari waktu ke waktu semakin canggih, baik isi maupun teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Melalui telekomunikasi, informasi dapat diperoleh pada waktu, tempat, dan isi informasi yang tepat sehingga bisa memenangkan strategi dalam bisnis. Telekomunikasi sebagai jenis industri juga merupakan bagian dari globalisasi.

Telekomunikasi juga memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung kehidupan sosial, ekonomi, dan juga keamanan masyarakat sebagai warga negara. Seperti diketahui fungsi telekomunikasi adalah memungkinkan melancarkan terjadinya hubungan komunikasi antar sesama baik orang maupun antar daerah. Kebutuhan akan alat komunikasi tergantung fungsi bagi kegunaan seseorang.

Di zaman berbasis teknologi seperti saat ini, hampir semua orang memiliki handphone sebagai sarana untuk berkomunikasi. Hal tersebut dikarenakan sifatnya yang dapat dibawa kemana-mana untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Selain berfungsi sebagai alat telekomunikasi, handphone pada saat ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur-fitur dan fasilitas yang menjadikannya menjadi semakin bermanfaat dan menarik.

Indonesia yang masuk dalam arus global telekomunikasi juga mengalami peningkatan dari sarana penunjang komunikasi, khususnya handphone, berikut adalah data mengenai perkembangan jumlah pelanggan telepon tahun 2008-2012 :

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Menurut Jenis Penyelenggaraan Jaringan Tahun 2008-2012

Jenis Penyelenggara Jaringan	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Telekomunikasi dengan Kabel	8.674.228	8.423.973	8.349.998	8.650.716	7.667.184
Telekomunikasi tanpa Kabel	162.288.065	190.083.815	243.779.422	279.772.383	312.279.336
-Telepon Tetap Nirkabel	21.703.813	26.406.854	32.579.125	29.966.764	30.315.671
-Telepon Selular	140.584.252	163.676.961	211.200.297	249.805.619	281.963.665
Jumlah Pelanggan	170.962.293	198.507.788	252.129.420	288.423.099	319.946.520

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2012

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan sarana telekomunikasi di Indonesia meningkat dari tahun ketahun, hal ini dapat dilihat data di atas bahwa perkembangan telepon selular mengalami peningkatan yang sangat signifikan di bandingkan dengan telepon dengan kabel sebesar 281.963.665 , hal ini juga di karenakan dampak globalisasi teknologi di mana teknologi handpone pada saat ini sudah sangat canggih, serta penggunaan handpone yang lebih efektif sehingga membuat konsumen beralih dan memilih menggunakan handpone daripada telepon kabel.

Dari tabel 2 dapat dilihat perkembangan persentase rumah tangga yang memiliki/menguasai telepon selular dari tahun 2009 sampai 2012 yang cenderung meningkat dari tahun ketahun untuk Provinsi Sumatera Barat. Pada tahun 2009 persentase nya sebesar 65,67% dan tahun 2012 sebesar 81,69% yang berarti perkembangan telepon selular mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam kurun waktu 4 tahun, hal ini tentu disebabkan perkembangan teknologi komunikasi untuk telepon selular secara global.

Tabel 2. Persentase Rumah Tangga yang Memiliki/Menguasai Telepon Selular Menurut Provinsi Tahun 2009-2012

Provinsi	Tahun			
	2009	2010	2011	2012
Aceh	60,25	72,30	77,75	81,91
Sumatera Utara	66,53	75,57	83,63	86,55
Sumatera Barat	65,67	75,20	81,69	85,13
Riau	79,56	86,43	91,43	93,09
Jambi	65,71	78,72	85,94	89,15
Sumatera Selatan	58,78	75,03	81,00	86,38
Bengkulu	65,62	72,35	81,65	87,39
Lampung	59,59	71,73	81,25	86,17
Kep.Bangka Belitung	74,16	83,57	90,07	90,84
Kep.Riau	84,93	95,06	96,13	96,88
DKI Jakarta	88,52	93,02	96,05	96,76
Jawa Barat	61,04	72,45	79,47	83,71
Jawa Tengah	57,53	67,71	76,22	82,35
D.I Yogyakarta	70,66	80,76	85,09	85,81
Jawa Timur	58,52	67,34	75,69	80,70
Banten	65,27	76,28	84,32	88,43
Bali	74,27	80,05	85,59	88,79
NTB	46,60	53,24	62,68	69,97
NTT	36,54	49,51	52,62	62,89
Kalimantan Barat	54,84	69,44	78,92	82,29
Kalimantan Tengah	61,30	75,31	83,38	86,51
Kalimantan Selatan	71,50	80,01	86,39	89,69
Kalimantan Timur	83,42	91,88	94,01	94,74
Sulawesi Utara	60,55	73,08	78,65	83,64
Sulawesi Tengah	50,29	59,69	67,89	77,69
Sulawesi Selatan	65,74	76,59	80,95	86,58
Sulawesi Tenggara	57,93	68,94	75,46	84,34
Gorontalo	54,41	62,69	75,28	81,92
Sulawesi Barat	54,81	61,79	68,64	75,55
Maluku	41,18	58,42	62,55	71,11
Maluku Utara	42,25	53,03	60,45	70,91
Papua Barat	47,30	67,76	64,61	71,71
Papua	31,33	34,89	35,12	38,66

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2012

Besarnya pengaruh telekomunikasi menyebabkan meningkatnya kebutuhan konsumen akan media telekomunikasi, salah satunya yaitu

handphone. Dengan tingginya kebutuhan akan handphone, pemasaran handphone di Sumatera Barat juga cukup berpotensi untuk dikembangkan, terutama bagi kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

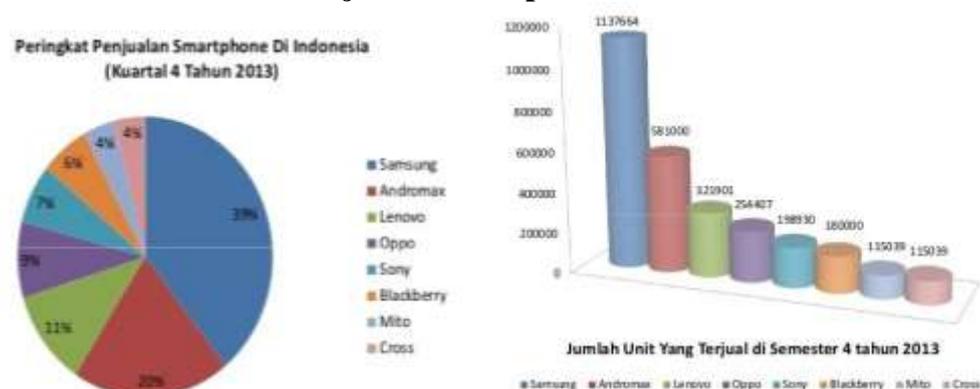
Fakultas Ekonomi UNP memiliki jumlah mahasiswa yang cukup banyak sehingga kita dapat melihat bagaimana permintaan akan Smartphone bagi mahasiswa nya, karena sebagian besar pengguna Smartphone di miliki dan disukai oleh anak muda di berbagai kalangan. Mahasiswa yang aktif dalam kegiatan jejaring social untuk berkomunikasi dengan temannya, serta penggunaan jaringan internet sebagai sarana browsing edukasi dan sebagainya sehingga mereka butuh Smartphone yang memiliki fitur-fitur yang dibutuhkan tersebut.

Handphone sebelumnya hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi seperti telpon dan sms, namun pada saat sekarang ini fungsi dari handphone tidak hanya sekedar alat telepon dan sms saja, tetapi dengan dilakukannya inovasi, yang dinamakan smartphone (ponsel pintar) sudah memiliki banyak fungsi seperti internet, social media, searching, video call, dan masih banyak lagi fungsinya. Konsumen atau dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP juga menuntut adanya trend-trend/inovasi baru dalam media komunikasi handphone sehingga pada saat ini muncul yang namanya smartphone.

Salah satu smartphone yang memiliki perkembangan penjualan yang cukup besar di pasaran yaitu Samsung. Produk ini hadir dengan berbagai fitur canggih yang melengkapi ponsel ini dan juga memiliki harga yang terjangkau sehingga lebih banyak diminati oleh mahasiswa. Pada awalnya produk

Samsung masih kurang diminati oleh mahasiswa, hal ini dikarenakan munculnya smartphone Iphone dan Blackberry yang lebih dulu menarik pangsa pasar sehingga pemasaran produk Iphone dan Blackberry cukup besar dengan daya tarik produk nya dengan fitur canggih. Namun seiring berjalannya waktu dan inovasi dalam pasar global membuat produk Samsung menciptakan smartphone yang lebih inovatif, namun masih bisa dimiliki dengan harga yang relative murah dan berbagai varian tipe dari smartphone nya.

Gambar 1. Grafik Penjualan Smartphone di Indonesia Tahun 2013



Sumber : Indonesia Data Center

Dari data diatas dapat dilihat perbandingan penjualan dari berbagai merk Smartphone yang ada di Indonesia tahun 2013, dimana penjualan terbanyak masih di kuasai oleh vendor asal Korea yakni Samsung sebesar 39% atau sebanyak 1.137.664 unit terjual diikuti oleh produk merk Andromax dan Lenovo, dari data ini dapat dilihat bahwa permintaan akan Smartphone Samsung cukup besar di Indonesia.

Saat sekarang ini mahasiswa cenderung memilih ponsel dengan beberapa fitur canggih yang dapat memberikan kemudahan bagi mereka serta

harga yang dapat dijangkau oleh mahasiswa sendiri. Hal ini menuntut produsen meningkatkan kualitas produk di tengah persaingan yang semakin ketat. Produk dari Samsung yang memiliki banyak varian sehingga memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menentukan pilihan produknya sesuai dengan selera.

Bagi konsumen, pendapatan tentu juga mempengaruhi kemampuan mereka untuk membeli produk Samsung, karena semakin besar pendapatan konsumen maka semakin besar proporsi pendapatan yang digunakan untuk mengkonsumsi barang yang diinginkannya, dan bagi mahasiswa sendiri pendapatan yang mereka peroleh berasal dari uang saku yang diberikan orang tua mereka. Jadi dengan menyisihkan sebagian uang saku yang mereka peroleh, atau tabungan dari uang saku yang mereka peroleh nantinya bisa digunakan untuk membeli Smartphone Samsung.

Perilaku konsumen yang selektif terhadap barang juga dipengaruhi faktor harga, di mana semakin tinggi harga Smartphone Samsung maka permintaan akan smartphone Samsung itu akan turun, begitupun sebaliknya. Harga untuk produk Samsung sendiri bervariasi mulai dari yang mahal hingga yang murah, itu semua tergantung pada jenis atau tipe dari Smartphone Samsung itu sendiri. Semakin tinggi kualitas dan fitur pendukung yang disajikan dalam Smartphone itu, maka semakin tinggi pula harganya.

Harga barang substitusi juga berpengaruh terhadap permintaan Smartphone Samsung, dimana jika harga Iphone murah dibanding Samsung, maka permintaan akan Smartphone Samsung akan menurun, begitupun

sebaliknya. Akan tetapi jika dibandingkan dengan produk Iphone, Smartphone Samsung jauh lebih murah. Dari sisi harga pada awalnya Iphone sudah muncul di pasaran dengan harga yang relatif mahal sehingga hanya beberapa orang yang bisa membelinya.

Selain pengaruh harga sebagian orang tentu memiliki selera untuk memilih produk mana yang akan mereka beli dan ini berpengaruh terhadap permintaan Smartphone Samsung, dimana jika barang tersebut sesuai dengan criteria dan selera konsumen maka konsumen akan membeli barang tersebut. Kemajuan teknologi yang menghadirkan produk Samsung dengan sistem operasi Android mulai membuat konsumen smartphone mulai beralih untuk membeli Smartphone Samsung, karena selain harga yang relatif murah produk yang didapat sudah cukup bagus dari fitur yang mampu memanjakan penggunaannya. Meskipun harga dari Smartphone Samsung yang relatif murah namun kualitas produk nya cukup bagus, tahan lama, dan tidak cepat rusak sehingga konsumen pun tidak ragu untuk membeli produk Samsung. Kualitas sangatlah penting dalam hal kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan mampu meningkatkan permintaan akan suatu barang dan jasa. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen tentunya akan membuat tingginya permintaan akan barang dan jasa tersebut, begitu juga sebaliknya apabila kepuasan konsumen akan barang dan jasa rendah otomatis permintaannya akan ikut berkurang.

Kebutuhan mencari variasi juga menjadi salah satu alasan mengapa konsumen Iphone mulai melirik Samsung. Walaupun sudah merasa puas

dengan produk Iphone yang selama ini digunakannya, tetap saja muncul perasaan jenuh terhadap merek tersebut. Untuk mengatasi rasa jenuh ini maka konsumen Iphone secara spontan mencari dan membeli merek baru. Konsumen yang merasa jenuh ini kemudian memutuskan untuk mencoba merek Samsung yang memang sedang ramai dibicarakan pada saat ini.

Mahasiswa FE UNP sendiri juga mempengaruhi tinggi nya permintaan akan smartphone Samsung, dimana mahasiswa FE UNP terdiri dari 4 jurusan dan berbagai tahun angkatan yang seperti terlihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 3. Jumlah Mahasiswa FE UNP Semester Juli – Desember Tahun 2013

Jurusan	Jumlah Mahasiswa
Akuntansi	612
Akuntansi (D3)	396
Manajemen Perdagangan (D3)	372
Pendidikan Ekonomi	596
Manajemen	753
Ekonomi Pembangunan	587
Total	3316

Sumber : Tata Usaha Fakultas Ekonomi UNP Tahun 2013

Dari data di atas data dilihat berapa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP pada tahun 2013 di mana berjumlah 3316 orang. Selain itu meskipun rata-rata mahasiswa belum memiliki pendapatan tetap, namun tidak menyurutkan minat mahasiswa selaku konsumen untuk membeli produk smartphone Samsung.

Mahasiswa yang sebagian besar terdiri dari golongan anak muda merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial bagi produsen handphone, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP yang pada umumnya aktif

dalam mengikuti perkembangan teknologi. Memiliki handphone dengan teknologi canggih dan sedang fenomenal merupakan suatu tantangan tersendiri bagi mereka. Diantara banyaknya merek handphone yang beredar, untuk saat ini Samsung memiliki tempat tersendiri bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP. Sebagai konsumen dari kalangan anak muda, menggunakan Samsung menimbulkan kesan modern bagi mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian untuk mendeskripsikan lebih jauh lagi tentang kondisi tersebut dengan judul *“Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung Bagi Mahasiswa FE UNP”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?
2. Bagaimana pengaruh selera terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?
3. Bagaimana pengaruh harga barang substitusi yaitu Iphone terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?

5. Bagaimana pengaruh kualitas Smartphone Samsung terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?
6. Bagaimana pengaruh harga, selera, harga barang substitusi Iphone, pendapatan, dan kualitas Smartphone Samsung terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh selera terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga barang substitusi Iphone terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas Smartphone Samsung terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, selera, dan harga barang substitusi Iphone, pendapatan, dan kualitas Smartphone Samsung terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini secara umum diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pengembangan ilmu ekonomi mikro, dan ilmu ekonomi makro.
3. Sebagai salah satu studi yang diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian yang relevan dengan penelitian ini.
4. Sebagai tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan keputusan pembelian, baik untuk para mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi kalangan umum.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

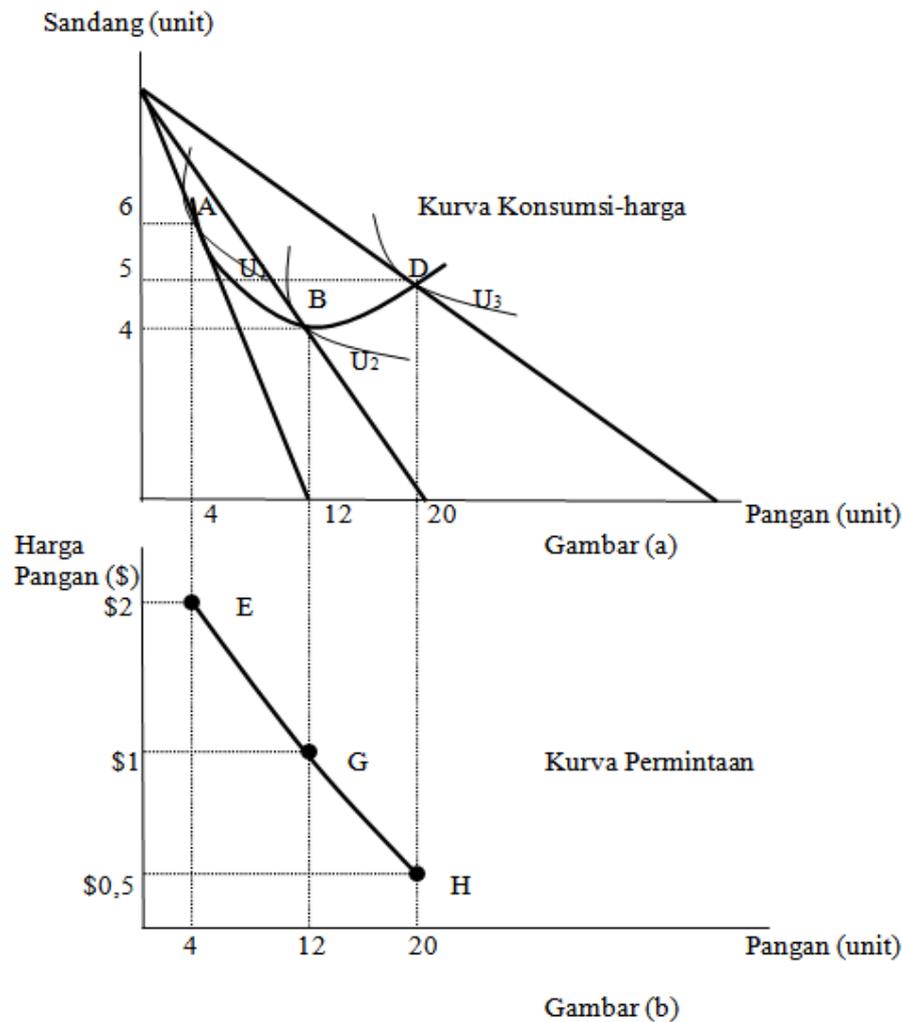
1. Teori Perilaku Konsumen

Samuelson (1996:101) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dan permintaan dapat dijelaskan oleh preferensi individu, atau kepuasan atas beberapa kombinasi barang individu. Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:72) bahwa teori perilaku konsumen adalah deskripsi bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan di antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka.

Perilaku konsumen dapat dipahami melalui tiga langkah, yaitu :

- a. Preferensi konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang daripada barang lain.
- b. Kendala anggaran : sudah pasti konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kita harus menyadari kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- c. Pilihan-pilihan konsumen : dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

Selanjutnya menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:121) kurva konsumsi harga adalah kurva yang menunjukkan kombinasi utilitas maksimal dari dua barang karena harga satu barang berubah. Dapat kita lihat dari kurva perubahan harga pada gambar 1 berikut :



Gambar 2. Efek Perubahan Harga

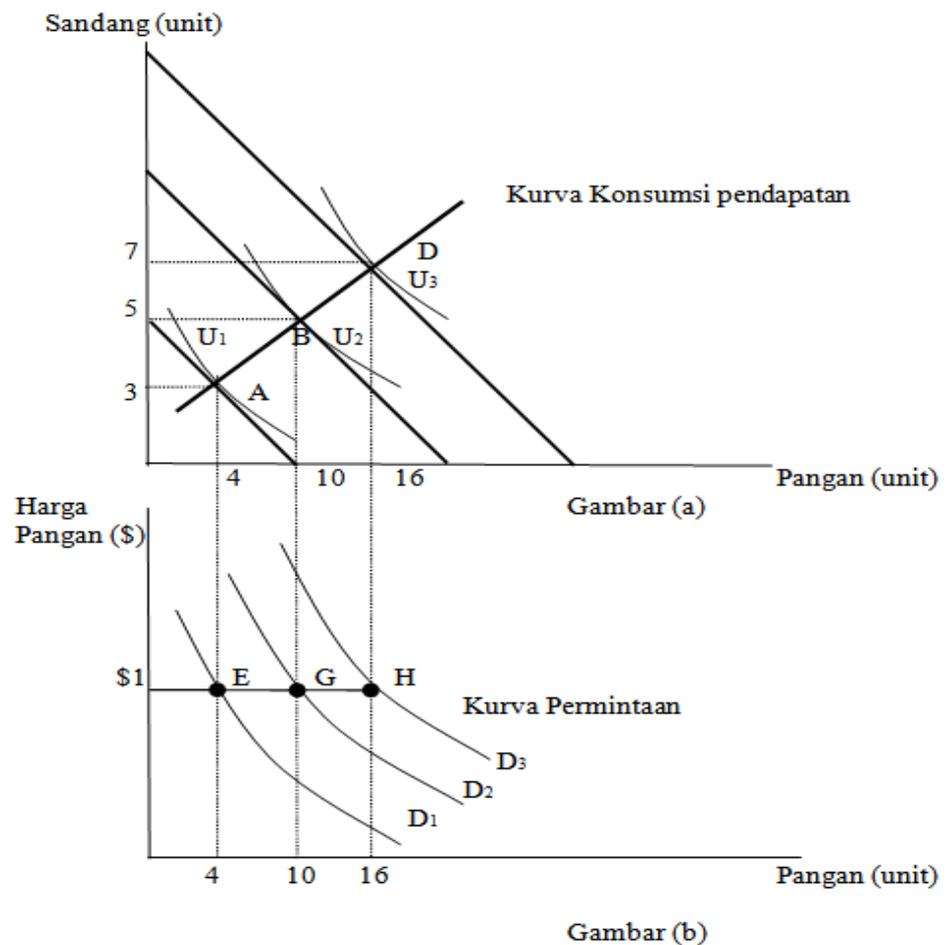
Gambar 2 di atas menunjukkan pilihan-pilihan konsumsi yang dibuat seseorang ketika mengalokasikan sejumlah pendapatan tetap antara dua barang selagi harga pangan berubah. Mula-mula harga pangan \$1, harga sandang \$2, dan pendapatan konsumen tetap, pilihan konsumsi yang memaksimalkan utilitas adalah pada gambar (a), disini konsumen membeli 12 unit pangan dan 4 unit sandang yang mencapai tingkat utilitas U_2 . Kemudian pada gambar (b) menunjukkan hubungan antara pangan dan jumlah permintaan sedangkan sumbu horizontal mengukur jumlah pangan

yang dikonsumsi dan sumbu vertikal mengukur harga pangan. Titik B dan G saling bersesuaian, pada titik G harga pangan \$1 dan konsumen membeli 12 unit pangan. Misalnya harga pangan menjadi \$2 maka gambar (a) menunjukkan garis yang lebih curam sebelumnya, harga pangan yang relatif lebih mahal telah menambah curam *budget line* sehingga saat ini konsumen hanya memiliki utilitas maksimum pada titik A, dengan kurva indifferensi U_1 dan menurunkan daya beli konsumen akan pangan menjadi 4 unit dan sandang 6 unit. Sedangkan ketika harga pangan turun menjadi \$0,5 maka kecuraman *budget line* berkurang jauh yang menyebabkan utilitas maksimum yang lebih tinggi pada titik D dan kurva indifferensial U_3 sehingga saat ini dengan harga pangan \$0,5 akan mendapatkan 20 unit pangan dan 5 unit sandang. Dari gambar 2 di atas Pindyck dan Rubinfeld (2007:122) menyimpulkan :

- a. Tingkat utilitas yang dapat dicapai akan berubah karena adanya pergerakan sepanjang kurva, makin rendah harga produk, maka makin tinggi tingkat utilitasnya.
- b. Pada setiap titik kurva permintaan, konsumen memaksimalkan utilitas dengan memenuhi persyaratan bahwa tingkat substitusi untuk sandang adalah sama dengan rasio harga pangan dan sandang.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:91), efek pendapatan (*income effect*) yakni perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli, dengan harga relatif tetap konstan. Sedangkan untuk perubahan pendapatan, dapat di analisis dengan cara yang hampir sama dengan perubahan harga. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada kurva

permintaan berikut dimana terdapat unsur perubahan pendapatan (Pindyck dan Rubinfeld, 2007:123)

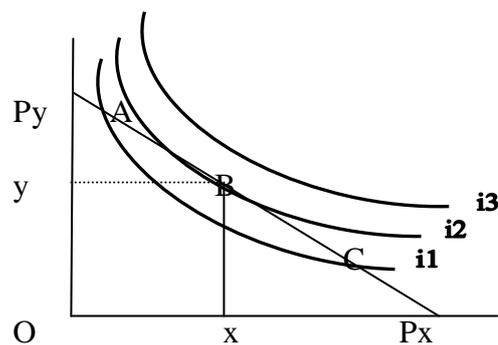


Gambar 3. Efek Perubahan Pendapatan

Kurva permintaan D_1 adalah kurva yang melukiskan pendapatan tetap, jika diasumsikan harga tetap maka titik E merupakan titik normal konsumsi serta utilitas maksimal terdapat pada titik A dengan 3 sandang dan 4 pangan. Namun jika terjadi peningkatan pendapatan konsumen maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan pada titik G yaitu garis D_2 , sehingga utilitas maksimal saat ini berada pada titik U_2 sehingga konsumen mampu membeli 10 unit pangan dan 5 unit sandang. Jika terjadi

peningkatan pendapatan lagi maka utilitas maksimal terdapat pada titik D dan kurva permintaan bergerak ke kanan pada titik H yaitu pada garis D3, sehingga konsumen dapat memiliki 16 unit pangan dan 7 sandang.

Menurut Case & Fair (2007:160-161), batas anggaran menjadi salah satu kendala dalam memenuhi sebuah kebutuhan. Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dalam mendapatkan suatu barang. Seperti kurva berikut :



Gambar 4. Kurva ekuilibrium yang memaksimalkan utilitas

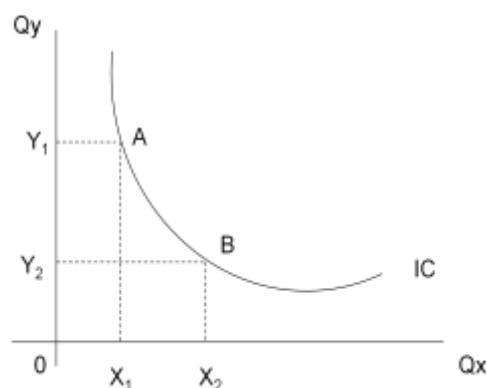
Pada gambar 4, terlihat kombinasi yang bisa dibeli antara barang Y dan X dengan pendapatan i pada harga P_y dan P_x . Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dengan batas anggaran yang memotong sumbu Y pada P_y dan X pada P_x . Mereka akan berada pada kurva indifferen tertinggi. Utilitas akan bergerak jika ia berada pada A dan C (pada i_1) menuju B (pada i_2). Setiap pergerakan pada titik B akan memindahkan konsumen ke kurva indifferen yang lebih rendah dengan tingkat utilitas yang rendah. Untuk memaksimalkan utilitas maka konsumen harus berada pada titik B (pada i_2), dimana konsumen akan mampu membeli barang X dan Y pada batas anggaran pas menyinggung kurva indifferen i_2 .

Jadi dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu perilaku seseorang, kelompok atau organisasi untuk mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang berbeda dengan suatu pengalaman, ide, dan manfaat yang mereka butuhkan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Perilaku konsumen berhubungan dengan pendapatan konsumen itu sendiri, dimana mereka akan memaksimalkan utilitas untuk suatu barang dengan batas anggaran yang mereka miliki.

a. Indifference Curve

Kurva Indiferen adalah kurva yang menunjukkan tingkat kepuasan yang sama atau suatu kurva yang menunjukkan berbagai titik kombinasi dari 2 komoditi yang dikonsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama.

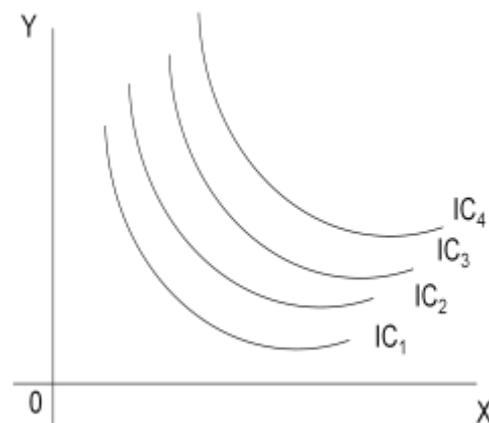
Dalam mengkonsumsi kedua barang tersebut ada substitusi antar keduanya. Ini berarti bahwa kalau mau menambah barang X harus mengurangi barang Y dan sebaliknya.



Gambar 5. Kurva Indiferen

Dalam kurva dapat dilihat kombinasi pada titik A menunjukkan konsumsi barang Y sebesar Y_1 dan barang X sebesar X_2 , kombinasi pada titik B menunjukkan konsumsi barang Y sebesar Y_2 dan barang X sebesar X_2 .

Untuk mencapai kepuasan maksimum, konsumen akan dihadapkan pada berbagai macam tingkat kepuasan yang dipunyainya yang digambarkan oleh indifference map yang merupakan kumpulan kurva preferensi yang jumlahnya tak terbatas. Pada indifference map ini kurva yang paling jauh dari titik origin mempunyai tingkat kepuasan yang paling tinggi dan sebaliknya kurva preferensi yang paling dekat dengan pusat mempunyai tingkat kepuasan yang paling rendah.



Gambar 6. Indifference Map

b. Budget Constraint

Dengan adanya indifference map tentunya konsumen menginginkan yang paling jauh dari pusat. Akan tetapi untuk mencapai hal tersebut, konsumen dibatasi oleh Budget Constraint yaitu sejumlah

uang (pendapatan) M yang tersedia bagi konsumen selama periode tertentu.

Dengan mempertimbangkan 2 barang yang dikonsumsi yaitu barang X dan barang Y , sejumlah uang, M tersebut dapat dibelanjakan sebanyak :

$$M = X.P_x + Y.P_y$$

Dimana M adalah pendapatan

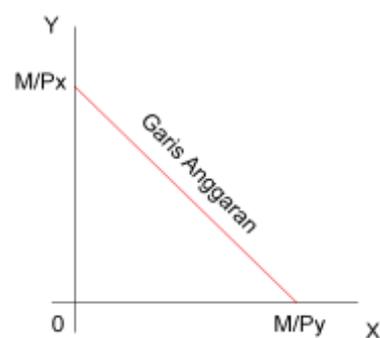
P_x = harga barang X

P_y = harga barang Y

X = barang X (jumlah)

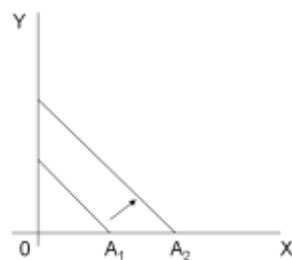
Y = barang Y (jumlah)

Seandainya semua pendapatan dibelanjakan untuk barang X , tanpa membeli barang Y , maka akan didapat barang X sejumlah M/P_x , dan sebaliknya kalau dibelanjakan semua untuk barang Y , akan didapat sebanyak M/P_y . Ini berarti bahwa konsumen dalam mencapai kepuasan maksimum harus memperhatikan juga harga barang masing-masing yang akan dibeli. Dalam kurva dapat digambarkan

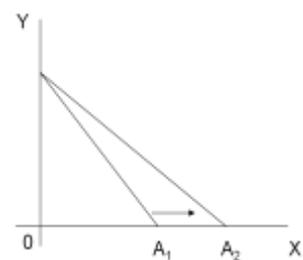


Gambar 7. Kurva Budget Constraint

Garis yang menghubungkan kedua titik M/P_y dan M/P_x disebut sebagai garis anggaran (Budget Line) yang mempunyai slope sebesar perbandingan harga barang X dan harga barang Y. Arah garis budget negative yang sering disebut sebagai Marginal Rate of Market Substitution (MRMS) yang merupakan tingkat substitusi barang X dan barang Y pada suatu tingkat harga masing-masing. Ini berarti bahwa kalau terjadi perubahan salah satu harga atau kedua-duanya akan merubah arah garis anggaran tersebut dan akan merubah MRMS nya.



a. Pergeseran garis anggaran (A_1 ke A_2), naiknya jumlah Y dan Jumlah X, disebabkan oleh Naiknya Anggaran Konsumen

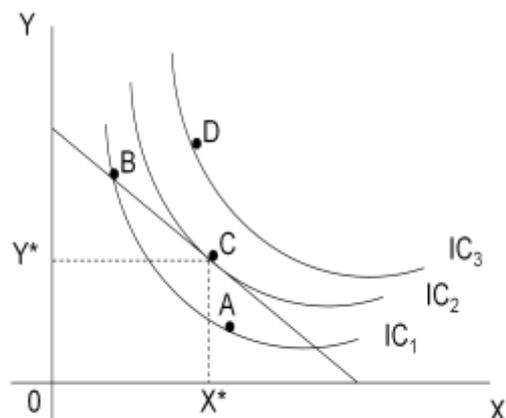


b. Pergeseran garis anggaran (A_1 ke A_2), naiknya jumlah X, Y tetap, disebabkan oleh Turunnya harga barang X

Gambar 8. Kurva Pergeseran Garis Anggaran

Agar tercapai kombinasi yang menghasilkan kepuasan maksimum dari berbagai tingkat kepuasan yang tersedia (Indifference Map) dengan suatu kendala (Budget Constraint) maka harus dicari koordinat yang mampu dicapai oleh kendala anggaran pada peta preferensi yang ada. Dengan perkataan lain harus dicari kombinasi antara laju pertukaran barang X sengan barang Y (MRS_{xy}) dengan laju

substitusi pasar yang dimungkinkan (P_x/P_y). Ringkasnya harus menyamakan antara arah garis kendala anggaran dengan garis kurva preferensi. Kombinasi ini dicapai pada persinggungan antara kurva preferensi dengan garis anggaran.



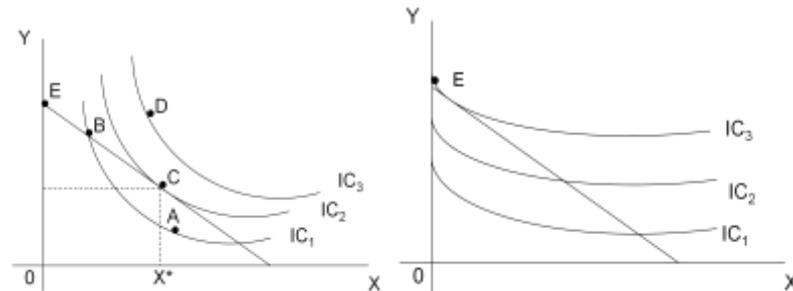
Gambar 9. Kurva Indifferen

Titik C merupakan titik tertinggi yang dapat dicapai dengan anggaran tersebut pada kurva preferensi IC_2 . Kurva IC_3 belum mampu dicapai oleh garis anggaran yang ada. Sedangkan kurva IC_1 , tidak dipilih karena masih mampu memilih kurva preferensi yang lebih tinggi dengan anggaran yang tersedia. Titik C sering disebut sebagai titik keseimbangan konsumen, hal ini berarti bahwa konsumen cenderung tidak merubah posisi tersebut kalau faktor-faktor yang lain tidak berubah.

c. Corner Solution

Persyaratan keseimbangan konsumen nampaknya terpenuhi yaitu antara garis arah kurva preferensi sama dengan garis arah kurva anggaran. Akan tetapi konsumen tidak akan memilih titik C tersebut,

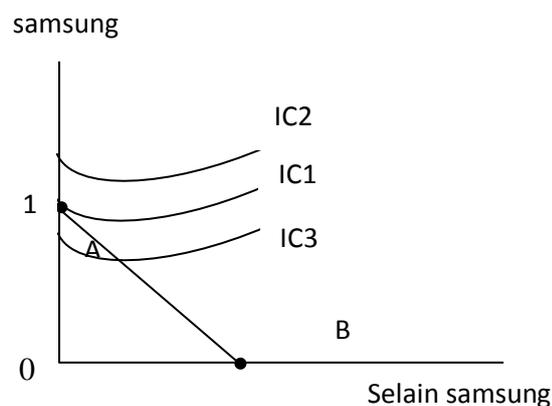
mungkin memilih titik E yang lebih tinggi kepuasannya. Ini berarti konsumen mengkhususkan membeli barang Y saja untuk memenuhi kepuasannya. Titik keseimbangan yang demikian disebut sebagai Corner Solution.



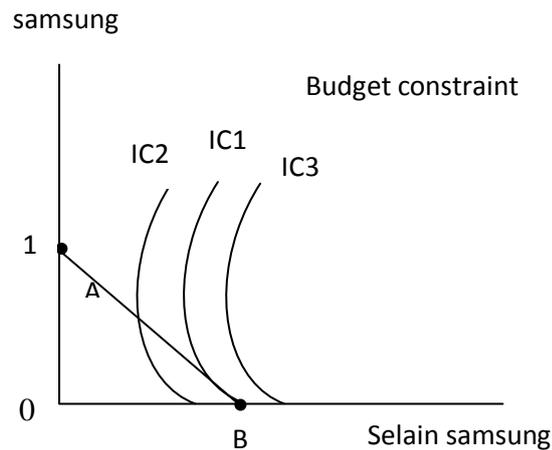
Gambar 10. Kurva Corner Solution

d. Aplikasi dalam permintaan Smartphone Samsung

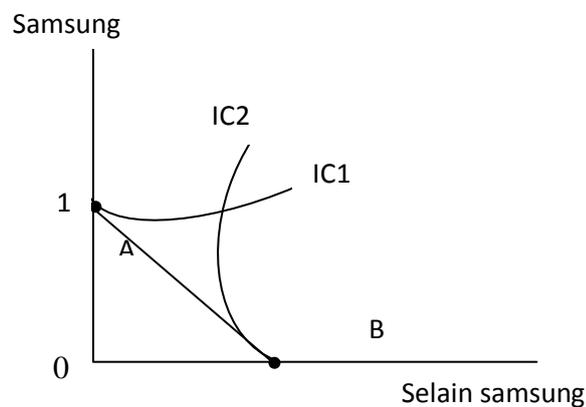
Dalam permintaan smartphone Samsung, mahasiswa FE UNP sebagai konsumen mempunyai pilihan untuk memiliki atau tidak memiliki Smartphone Samsung. Dapat di notasikan, 1= memiliki smartphone Samsung dan 0 = memiliki smartphone selain Samsung. Konsumen memiliki preferensi untuk mencapai kepuasan maksimumnya namun tetap memiliki kendala yaitu anggaran atau pendapatan.



Gambar 11. Corner Solution yang memiliki Smartphone Samsung



Gambar 12. Corner Solution yang memiliki Smartphone selain Samsung



Gambar 13. Kurva Aplikasi Permintaan Smartphone Samsung

Titik A merupakan kepuasan maksimum yang dicapai oleh konsumen yang memiliki smartphone Samsung, dan titik B merupakan kepuasan maksimum yang dicapai konsumen yang memiliki smartphone selain Samsung. Dalam mencapai kepuasan maksimum kendala yang ada yaitu jumlah anggaran atau pendapatan yang ada.

2. Konsep Teori Permintaan

Secara umum permintaan dapat dibedakan atas dua macam yakni permintaan individual dan permintaan pasar. Permintaan individual adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu. Permintaan pasar adalah berbagai jumlah dari pada suatu barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Sedangkan yang dimaksud dengan permintaan adalah berbagai jumlah barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Di samping itu, adanya permintaan potensial yaitu permintaan yang berhubungan dengan keinginan seseorang untuk mendapatkan barang dan jasa. Sedangkan permintaan efektif adalah keinginan yang disertai dengan kemauan dan kemampuan untuk membeli dan didukung oleh keuangan secukupnya untuk membayar harga.

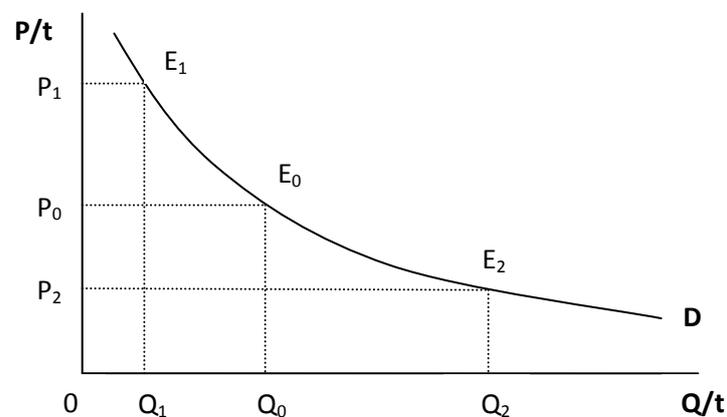
Menurut Mankiw (2006:80) hukum permintaan merupakan hubungan antara harga dan permintaan yang diasumsikan sama maka ketika harga suatu barang meningkat, jumlah permintaan akan menurun.

Fungsi permintaan akan suatu barang dapat didefinisikan sebagai suatu fungsi untuk menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang yang akan terbeli. Persatuan waktunya dengan berbagai nilai dari dua atau lebih variable yang turut menentukan jumlah pembelian akan

barang tersebut. Dengan fungsi permintaan kita dapat mengetahui gabungan antara variable bebas dengan variable tidak bebas.

Menurut Pyndick dan Rubinfeld (2003:106) kurva konsumsi harga adalah kurva yang menunjukkan kombinasi utilitas maksimal dari dua barang karena harga satu barang berubah. Dari kurva konsumsi dapat diderivasi kurva permintaan seorang konsumen.

Menurut Samuelson (2003:54) mengemukakan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta disebut “skedul permintaan” atau “kurva permintaan”. Kurva ini menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga. Hubungannya adalah terbalik atau negatif. Hubungan negatif ini dapat digambarkan dengan menarik satu garis yang turun dari kiri atas ke kanan bawah atau garis berbentuk miring. Secara grafis hukum permintaan yang negatif ini dapat digambarkan pada gambar berikut ini:



Gambar 14. Kurva Permintaan Berlereng Menurun

Pada gambar 14 dapat di lihat bagaimana pada saat harga P_0 , jumlah barang yang diminta adalah sebesar Q_0 dengan keseimbangan pada

E_0 . Bila harga naik dari P_0 menjadi P_1 maka jumlah barang yang akan diminta akan turun dari OQ_0 menjadi OQ_1 dan sebaliknya bila harga turun menjadi OP_2 maka jumlah barang yang diminta akan naik dari OQ_0 menjadi OQ_2 . Kemudian titik-titik itu membentuk garis D atau kurva permintaan.

Jadi berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli teori permintaan merupakan teori yang menghubungkan antara harga dengan jumlah permintaan suatu barang. Harga dan permintaan mempunyai hubungan negatif. Permintaan akan meningkat apabila harga turun dan sebaliknya, jika harga naik maka permintaan akan menurun.

3. Elastisitas Permintaan

Menurut Nicholson (2001:132) elastisitas adalah ukuran persentase perubahan suatu variable yang disebabkan oleh 1 persen perubahan Variabel lainnya.

Menurut Menurut Sukirno (2002:108) jenis-jenis elastisitas dapat dibedakan menjadi (1) Inelastisitas Sempurna, koefisien elastisitas permintaan bernilai tak hingga, apabila pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada dipasar. Berapa pun banyaknya barang yang ditawarkan pada harga tersebut semuanya akan terjual. (2) Elastis Sempurna, koefisien elastisitasnya adalah tidak terhingga berbentuk sejajar dengan sumbu datar. (3) Elastisitas Uniter, koefisien elastisitas permintaan agregat adalah sebesar 1. (4) Inelastis, koefisien elastisitasnya kecil dari satu, permintaan inelastis ini terjadi jika perubahan

harga kurang berpengaruh pada perubahan permintaan, artinya perubahan harga hanya akan diikuti perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relative kecil. (5) Elastis, nilai koefisien elastisitasnya adalah lebih besar dari satu.

Semakin tinggi tingkat harga maka jumlah barang yang diminta akan semakin sedikit. Sebaliknya semakin rendah tingkat harga maka jumlah barang yang diminta akan semakin meningkat. Sedangkan koefisien elastisitas permintaan adalah satu angka petunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan .

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

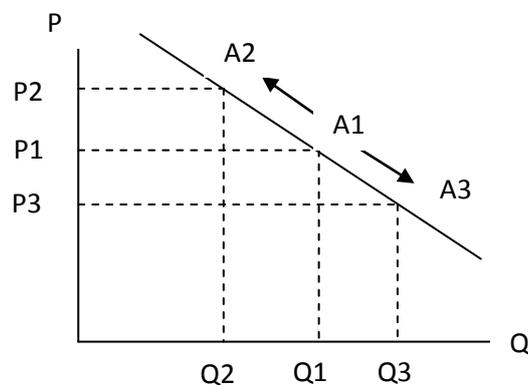
Permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa pada dasarnya berasal dari kebutuhan masyarakat itu sendiri. Mereka berinteraksi pada sebuah mekanisme sebagai pembeli untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa dengan para penjual disebuah pasar (Samuelson 2003:29) .

Jadi berdasarkan pendapat para ahli, pada hakekatnya hukum permintaan merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendahnya harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga dari suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Selain

harga tentunya permintaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti pendapatan, selera dan lainnya.

a. Harga

Dalam sebuah sistem pasar, harga mengkoordinasi keputusan penjual dan pembeli dan sebagai penyeimbang mekanisme pasar. Harga yang tinggi akan mengakibatkan permintaan konsumen akan barang rendah dan mendorong produksi, sedangkan harga yang rendah akan mendorong permintaan konsumen dan menghambat produksi (Samuelson 2003:29).



Gambar 15. Kurva pengaruh harga terhadap permintaan

b. Selera Konsumen

Menurut Sukirno (2002:83) cita rasa masyarakat (selera konsumen) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Di mana didesak oleh kebutuhan-kebutuhan atau keinginannya dalam menentukan jenis barang dan jasa yang hendak mereka konsumsi. Karena itulah selera konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Selain itu selera konsumen ini dapat

dipengaruhi oleh harga, pendapatan, kualitas barang tersebut dan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Jadi dari teori selera sangat bergantung seberapa besar perilaku konsumen akan suatu barang, biasanya konsumen cenderung mencari informasi tertentu tentang suatu barang sebelum barang tersebut dibeli, sehingga saat barang tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan maka konsumen membeli dengan tingkat harga yang wajar.

c. Harga Barang Substitusi

Samuelson (2003:56) mengatakan bahwa harga-harga dan ketersediaan barang-barang terkait akan sebuah komoditi. Sebuah hubungan penting terutama sekali ada di antara barang-barang yang mempunyai hubungan substitusi – barang-barang yang cenderung mempunyai fungsi yang sama seperti pena dan pensil, mobil kecil dan mobil besar. Permintaan akan barang A cenderung akan turun jika harga B, produk substitutnya rendah.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain bisa menggantikan fungsi barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang yang tidak terjadi peningkatan harga tersebut. Jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang pelengkap terhadap suatu barang maka barang ini harganya akan meningkat.

d. Pendapatan Konsumen

Pendapatan menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti : (sewa, bunga dan saham) serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran (Samuelson 2003 : 264). Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan (Sukirno, 2002:82):

- 1) Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang inferior dan menggantinya dengan barang yang lebih baik mutunya. Contoh: ubi kayu. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Kalau pendapatan meningkat maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.
- 2) Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Contoh: beras, kopi, gula dan pakaian. Pembelanjaan seperti ini tidak akan berubah walaupun pendapatan meningkat.
- 3) Barang normal adalah suatu barang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Contoh: pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli bertambah yaitu, (i) Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang. (ii) Pertambahan pendapatan

memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik.

- 4) Barang mewah adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi dalam golongan ini. Contoh: emas, intan, mobil sedan. Biasanya barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan.

Jadi dengan jumlah pendapatan yang diterima masyarakat maka dapat diukur seberapa besar jumlah permintaan masyarakat tersebut terhadap suatu jenis barang. Semakin besar jumlah pendapatan masyarakat maka semakin besar pula proporsi pendapatan tersebut yang digunakan untuk konsumsi. Daya beli pendapatan tersebut dapat diukur dengan melihat seberapa banyak jumlah barang yang dapat dibeli.

e. Kualitas

Menurut Samuelson (2003:97) masyarakat memilih barang dan jasa yang mereka anggap paling bernilai. Menurut Kotler dan Keller (2009:14) nilai merupakan kombinasi kualitas, pelayanan dan harga. Dengan kata lain nilai adalah suatu bentuk kepuasan konsumen akan suatu barang dan jasa. Kepuasan konsumen akan meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan. Dalam hal mengonsumsi suatu barang dan jasa, kepuasan konsumen pada kualitas barang dan jasa tersebut sangatlah penting.

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik barang dan jasa yang bergantung

kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Semakin tinggi tingkat kualitas suatu barang dan jasa maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dihasilkan.

Jadi menurut para ahli, kualitas sangatlah penting dalam hal kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan mampu meningkatkan permintaan akan suatu barang dan jasa. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen tentunya akan membuat tingginya permintaan akan barang dan jasa tersebut, begitu juga sebaliknya apabila kepuasan konsumen akan barang dan jasa rendah otomatis permintaannya akan ikut berkurang.

Kotler dan Armstrong (2008:266) mengatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dewasa ini, dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Kotler dan Armstrong (2008:273) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-

fungsi yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya". Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

5. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah suatu fungsi permintaan yang menunjukkan bahwa permintaan suatu barang ditentukan oleh suatu barang itu sendiri dengan asumsi *ceteris paribus*. Fungsi tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q = f(P)$$

Menurut Sukirno (2000:76), berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti yang telah dibahas di atas , maka fungsi permintaan secara matematis dapat ditulis dalam bentuk :

$$Q = f(P,S,PS,Y,K)$$

Dimana :

Q = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang

S = Selera

PS = Harga barang substitusi

Y = Pendapatan

K = Kualitas

B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian yang relevan ini adalah bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapat atau hasil yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti. Penelitian yang relevan dengan peneliti adalah :

1. Bagus Ardi Kurniawan, Fitri Arianti dalam jurnal yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Riil Mobil Toyota Kijang Innova di Kota Semarang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga mobil Toyota Kijang Innova, layanan purna jual dan harga mobil lain berpengaruh negative terhadap permintaan mobil Toyota Kijang Innova, sedangkan pendapatan konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan mobil Toyota Kijang Innova di Kota Semarang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang akan diteliti. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen yang tidak digunakan dalam penelitian ini adalah selera konsumen dan kualitas. Waktu, tempat, objek penelitian juga berbeda serta pengolahan variabel-variabel penelitian terdahulu memakai alat analisis koefisien korelasi berganda dalam penelitiannya.

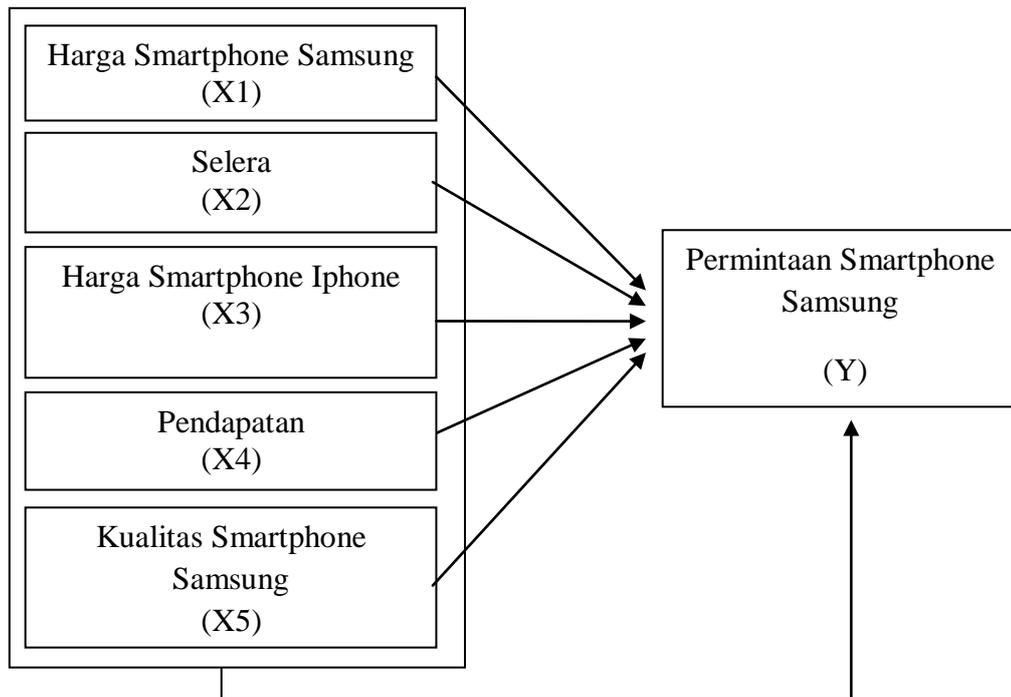
2. Arief Budiarto, Evi Yulia Purwanti dalam jurnal yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang”. Penelitian ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sepeda motor di Kota Semarang.

Dari lima faktor yang di angkat menjadi variabel dalam penelitian ini (pendapatan, tarif angkutan umum, jumlah keluarga, harga sepeda motor, selera), terbukti bahwa faktor-faktor tersebut serentak mempengaruhi jumlah permintaan sepeda motor di Kota Semarang. Variabel harga sepeda motor tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan sepeda motor, hal ini karena kemudahan pembayaran secara kredit sehingga harga sepeda motor tidak berpengaruh terhadap permintaan sepeda motor di Kota Semarang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang akan diteliti. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen yang tidak digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas. Waktu, tempat, objek penelitian juga berbeda serta pengolahan variabel-variabel penelitian terdahulu memakai alat analisis koefisien korelasi berganda dalam penelitiannya.

C. Kerangka Konseptual

Variabel-variabel yang digunakan dalam pemikiran penelitian “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung Bagi Mahasiswa FE UNP” adalah antara lain variabel harga smartphone samsung, harga smartphone Iphone, selera. Yang dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 16. Kerangka Konseptual Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP.

Harga Smartphone Samsung (X_1) berpengaruh negatif terhadap permintaan Smartphone Samsung (Y). Karena apabila terjadi peningkatan harga, maka permintaan terhadap Smartphone Samsung akan berkurang. Sebaliknya jika harga Smartphone Samsung turun maka permintaan terhadap Smartphone Samsung akan meningkat. Selera konsumen (X_2) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap Smartphone Samsung (Y). Karena selera konsumen ini berhubungan dengan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen terhadap barang tersebut. Dimana selera konsumen (X_2) berpengaruh positif terhadap permintaan Smartphone Samsung (Y). Karena apabila selera konsumen tinggi, maka permintaan terhadap

Smartphone Samsung akan meningkat. Sebaliknya jika selera konsumen rendah maka permintaan terhadap Smartphone Samsung akan turun.

Begitu juga dengan harga Smartphone Iphone (X_3) berpengaruh positif terhadap permintaan Smartphone Samsung. Karena Iphone merupakan barang substitusi dari Samsung, maka peningkatan harga Smartphone Iphone akan meningkatkan permintaan terhadap Smartphone Samsung. Sebaliknya penurunan harga Smartphone Iphone maka akan menurunkan permintaan terhadap Smartphone Samsung. Sedangkan Pendapatan (X_4) berpengaruh positif terhadap permintaan Smartphone Samsung. Berarti semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi pula permintaan Smartphone Samsung. Sebaliknya, bila pendapatan rendah maka permintaan terhadap Smartphone Samsung juga akan berkurang. Kualitas (X_5) berpengaruh positif terhadap permintaan Smartphone Samsung, dimana semakin tinggi kualitas dari Smartphone Samsung maka kepuasan konsumen dalam menggunakannya akan meningkat sehingga juga meningkatkan permintaan konsumen terhadap Smartphone Samsung, dan sebaliknya jika kualitas Smartphone Samsung buruk maka permintaan akan Smartphone Samsung juga akan menurun.

D. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah seperti yang telah diuraikan dalam Bab.I serta dengan berpedoman kepada kerangka konseptual seperti di atas, maka hipotesis yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut :

1. Harga smartphone Samsung pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Selera mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Harga smartphone Iphone pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

4. Pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \beta_4 \neq 0$$

5. Kualitas Smartphone Samsung mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_5 = 0$$

$$H_a : \beta_5 \neq 0$$

6. Harga smartphone Samsung, selera, harga smartphone Iphone, pendapatan, dan kualitas Smartphone Samsung mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap permintaan smartphone Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

$$H_0 : \beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4 : \beta_5 = 0$$

$$H_a : \text{Salah satu koefisien regresi } B_1 \neq 0$$

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian antara variabel bebas terhadap variabel terikat seperti yang telah dijelaskan pada BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga Smartphone Samsung (X_1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada taraf nyata 5 % yang artinya semakin tinggi atau rendah tingkat harga Smartphone Samsung tidak mempengaruhi permintaan mahasiswa terhadap Smartphone Samsung.
2. Selera (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada taraf nyata 5% yang artinya fitur dan model Smartphone Samsung yang menarik mempengaruhi permintaan mahasiswa terhadap Smartphone Samsung.
3. Harga Smartphone Iphone (X_3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada taraf nyata 5% yang harga Smartphone merk lain yaitu Iphone tidak menjadi acuan bagi mahasiswa untuk memilih Smartphone Samsung.
4. Pendapatan (X_4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada

taraf nyata 5% yang artinya besarnya pendapatan yang diperoleh tidak mempengaruhi permintaan Mahasiswa terhadap Smartphone Samsung.

5. Kualitas (X_5) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada taraf nyata 5% . Artinya daya tahan produk tidak menjadi acuan bagi mahasiswa tidak mempengaruhi permintaannya terhadap Smartphone Samsung.
6. Secara bersama – sama variabel Harga Smartphone Samsung (X_1), selera (X_2), Harga Smartphone Iphone (X_3), pendapatan (X_4), dan kualitas (X_5) berpengaruh signifikan terhadap permintaan Smartphone Samsung bagi Mahasiswa FE UNP (Y) pada taraf signifikansi 5%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Meskipun beberapa konsumen tidak mempertimbangkan masalah harga dalam membeli produk Smartphone Samsung akan tetapi Perusahaan Samsung harus tetap mampu bersaing dari segi harga dengan Smartphone merk lain dengan meluncurkan produk dengan harga yang bervariasi sehingga dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.
2. Perusahaan Smartphone Samsung dapat mempertahankan maupun meningkatkan lagi inovasi akan produknya, baik itu dalam segi model maupun fitur, sehingga dapat menjaga dan meningkatkan selera konsumen

baik yang menggunakan Smartphone Samsung atau yang akan membeli Smartphone Samsung.

3. Dengan banyaknya produk Smartphone pada saat ini, diharapkan Perusahaan Samsung tetap mampu bersaing dari segi harga dengan Smartphone merk lain sehingga konsumen tetap mampu membeli Smartphone Samsung dan Smartphone Samsung tetap menjadi pilihan konsumen dalam membeli Smartphone.
4. Pendapatan masyarakat yang tidak sama satu sama lain, membuat masyarakat akan memilih Smartphone sesuai dengan besar pendapatannya. Oleh karena itu dengan menghadirkan produk Smartphone Samsung dengan harga terjangkau dapat meningkatkan konsumsi Smartphone Samsung bagi masyarakat.
5. Selanjutnya diharapkan Perusahaan Samsung tetap mempertahankan dan mengedepankan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lain dan menarik minat konsumen yang menilai produk dari segi kualitas sehingga dapat meningkatkan permintaan akan Smartphone Samsung.
6. Hasil penelitian dapat memberikan masukan kepada pihak perusahaan Samsung, terutama dalam mengevaluasi kebijakan pada masa yang akan datang yang berkaitan dengan peningkatan jumlah permintaan konsumen akan Smartphone Samsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Budiarto, dan Evi Yulia Purwanti. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang*. Diponegoro Journal Of Economics.Vol 2No 3. 2013. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.Semarang.
- Bagus Ardi Kurniawan, Fitri Arianti. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Riil Mobil Toyota Kijang Innova di Kota Semarang*. Diponegoro Journal Of Economics.Vol 2No 1. 2013. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.Semarang.
- Eka Rahmawan. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Internet Speedy di Surakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret: Surakarta
- Fair, Ray C dan Karl E. Case. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*. PT. Indeks. Jakarta.
- Harvi Fajar W.N. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Mobil Merek Toyota Avanza di Kota Padang*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Padang
- Imam, Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT.Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT.Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nicholson. Walter. (2001). *Teori Ekonomi Mikro*.Penterjemah Deliarnov. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2007. *Mikro Ekonomi*. PT.Indeks. Jakarta.
- Samuelson, A. Paul. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi Edisi Tujuhbelas*. Media Global Edukasi. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi* PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.