

## **PENGARUH FITUR APLIKASI *BLACKBERRY MESSENGER* (BBM) PADA ANDROID DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* BERBASIS ANDROID**

**MOHAMMAD FIKRI AMRULLAH**

*Jurusan Manajemen - Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Gresik*

### **ABSTRACT**

*This research aims to identify the factors that influence the purchase decision based on Android Smartphone Students study at Muhammadiyah University of Gresik . This study used a sample of 80 respondents , the type of data used primer. Experience also test two independent variables , namely fuel and Lifestyle Features that affect the purchase decision . The purpose of this study presented was to determine the effect of lifestyle features and the purchase intention android based smartphone by using linear regression analysis bergand . The results showed that the fuel features significantly influence the purchase decision android based smartphone*

*Keyword : Smartphone, Lifestyle, Features, Decision*

### **PENDAHULUAN**

Globalisasi semakin terlihat jelas dengan adanya berbagai perubahan di segala bidang ke arah yang semakin modern. Komunikasi dan informasi merupakan bidang yang terlihat jelas perkembangannya, terutama dalam hal teknologi yang digunakan di dalamnya. Sepuluh tahun yang lalu, dunia belum mengenal ponsel pintar atau yang sekarang disebut dengan istilah *smartphone*, namun hanya mengenal istilah telepon. Begitu pula dengan robot hijau yang sekarang disebut dengan nama Android. Android, Blackberry, *iphone operating sistem* (IOS) merupakan sekelumit dari hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin memudahkan masyarakat dunia dalam menjalin hubungan relasi.

Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang dipergunakan sebagai pengelola sumber daya perangkat keras, baik untuk ponsel, *smartphone* dan juga *Personal Computer tablet*. Secara umum Android adalah platform yang terbuka (*Open Source*) bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh berbagai piranti bergerak.

Perkembangan pemakaian ponsel ternyata juga dipengaruhi oleh adanya peningkatan dalam penggunaan internet yang dilakukan semakin meningkatkan frekuensi masyarakat untuk selalu

*online* tidak hanya di depan layar komputer, namun juga di depan layar ponsel mereka masing-masing.

*BlackBerry Messenger* adalah program pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat BlackBerry. Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktivitas yang populer di kalangan pengguna perangkat telepon genggam. Contohnya fitur di aplikasi Google Maps atau Yahoo Messenger hingga aktivitas dengan Facebook atau Twitter. Semuanya bias didapatkan oleh pengguna perangkat BlackBerry pada aplikasi ini. *BlackBerry Messenger* merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat BlackBerry selain oleh tingkatan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Apalagi sejak berkembangnya situs dan aplikasi jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, BBM yang layanan Push Mail. Layanan Messenger ini dibuat khusus bagi pemilik BlackBerry dan dirancang khusus untuk berkomunikasi di antara pengguna. Cara menggunakan *BlackBerry Messenger* adalah dengan menghubungi nomor PIN yang juga eksklusif dimiliki masing-masing perangkat BlackBerry.

*BlackBerry Messenger* pada saat ini sangat populer di Indonesia. Menurut sumber *telsetnews.com* (23- Juli-2013), hingga saat ini jumlah pengguna *BlackBerry Messenger* mencapai 15 juta pengguna di seluruh Indonesia. Angka

tersebut merupakan lebih dari 20% dari seluruh pengguna BlackBerry yang ada di dunia, yaitu 72 juta pengguna. pada saat ini *BlackBerry Messenger* tidak hanya diperuntukkan bagi pengguna *Smartphone* BlackBerry .tetapi sekarang ini fitur unggulan dari BlackBerry yaitu *BlackBerry Messenger* dapat di gunakan di *Smartphone* berbasis Android dan IOS.

Kotler dan Armstrong (2008:272) menjelaskan bahwa manfaat produk dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk melalui kualitas, fitur, dangaya serta desain produk. Menurut Parsons K (2010) dalam Matti H (2011), pembelian telepon seluler fitur adalah faktor penentu utama keputusan pembelian konsumen.

Fitur menurut Kotler dan Armstrong (2008:273) didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendifferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapat menciptakan differensiasi produknya dari produk pesaing. Sebagian besar produk yang ditawarkan dengan fitur berbeda dapat melengkapi fungsi dasar produk (Kotler dan Keller, 2009:10)

Dewasa ini prilaku manusia banyak yang menuju kearah moderenisasi. Dimana gaya hidup modern menuntut seseorang untuk berperilaku serba baru dan terupdate. Baik dalam segi mode pakaian, aksesoris, model rumah maupun alat komunikasi seperti handphone. Dulu sebuah handphone yang memiliki fitur kamera sudah di anggap canggih dan modern akan tetapi pada saat ini hal tersebut sudah di anggap kuno dan biasa-biasa saja.pada saat ini konsumen menuntut suatu produk handphone yang memiliki kemampuan yang cepat dan tidak lelet serta memiliki fitur-fitur dengan kualitas tinggi seperti kejernihan layar,kemampuan bermain game yang bagus,memiliki fitur touchscreen dan lain sebagainya. Dan handphone yang memiliki operasi system android mampu untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Engel (1995:383) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen."

*Sedangkan menurut Assael (1995:373) gaya hidup didefinisikan sebagai "A mode of living that*

*is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions).*

Niat membeli seringkali digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi tentang produk yang didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah informasi dikumpulkan, maka konsumen akan mulai melakukan penilaian terhadap produk, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian setelah membandingkan produk serta mempertimbangkannya. Niat pembelian oleh Ajzen dan Fishbein (2001) dalam machfudoh (2013) digambarkan sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi.

Rossiter dan Percy dalam Nababan (2008:20) mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa), merekomendasikan (*influencer*), memilih,dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2007:49) menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diriindividu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Jikaseseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu,maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut.Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untukmenghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaranadalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeliproduk atau merek yang ditawarkan atau tidak. Dengan hadirnya fitur BBM di android itu sendiri memungkinkan untuk bertambahnya jumlah

pengguna BBM dan juga memungkinkan untuk bertambahnya jumlah pengguna android khususnya di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh fitur aplikasi BBM pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. (2) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. (3) Untuk mengetahui pengaruh fitur aplikasi BBM dan gaya hidup secara simultan pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

### **Kajian Pustaka**

#### **Perilaku Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:07) perilaku konsumen didefinisikan sebagai "*Consumer behaviour is the term consumer behavior that consumer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs.*" Sedangkan menurut Engel dalam Sumarwan (1995:04) perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Ada tiga model perilaku konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model perilaku konsumen Kotler, Engel, dan Assael.

#### **Fitur**

Kotler dan Keller (2009:359) Mendefinisikan fitur adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Kotler dan Armstrong (2008:368) mendefinisikan fitur produk adalah alat persaingan untuk membedakan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Fitur produk merupakan ciri fungsional dari suatu produk. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Kotler dan Armstrong (2004:368).

Gaya Hidup Dalam Segmentasi psikografis, perilaku konsumen diobservasi melalui gaya hidup, nilai-nilai kehidupan yang dianut, dan kepribadian konsumen. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup mempengaruhi

perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.

Terdapat macam-macam konsep yang dapat menjelaskan konsep tentang gaya hidup. Menurut Mowen<sup>31</sup> adalah "*Life style relate to how people live, how they spend their money, and how allocate the time*", Dengan demikian berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berhubungan dengan bagaimana mereka hidup, cara mereka menggunakan uangnya dan cara mereka mengalokasikan waktunya (aktifitas) dan apa yang menurut mereka penting dalam lingkungannya (minat) dan apa yang mereka pikirkan tentang dirinya dan dunia sekelilingnya (opini).

Menurut Kotler dan Keller (2009:175) gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatan. Gaya hidup memotret interaksi seseorang secara utuh dengan lingkungannya. Gaya hidup terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu konsumen. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi dan variabel yang lain.

#### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli Menurut Kotler dan Armstrong (2001). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris yang telah diurai sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (H1) Diduga bahwa Fitur BBM berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis Android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. (H2) Diduga bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis Android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. (H3) Diduga bahwa Fitur BBM dan Gaya hidup berpengaruh secara simultan

terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis Android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

## METODELOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk penghitungan data dan akan menghasilkan suatu kesimpulan. Metode penelitian yang dilandaskan pada falsafat positivisme, digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono;2010:12)

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Muhammadiyah Gresik, di Kabupaten Gresik. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Nonprobability Sampling* jenis *Sampling Insidental*. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memilih responden yang maksimal dengan respondennya 80 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah skala likert dengan *item scale 5* kategori yang berkisar antara "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Alat uji yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini berjumlah 80 yang telah menjadi sampel penelitian telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu konsumen yang memiliki atau menggunakan *Smartphone* berbasis Android dan menggunakan Fitur aplikasi BBM pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Setelah diolah dengan menggunakan regresi linier berganda maka diperoleh hasil seperti pada tabel 1 :

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	7,62	1,566		4,9	,000
X1	,330	,095	,37	3,5	,001
x2	,104	,125	,09	,3	,403

$Y = 7,616 + 0,330X1 + 0,104X2 + e$  Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung (3,487) > ttabel (1,9901) maka Ho ditolak pada tingkat signifikan 2,5% sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Fitur (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Smartphone*

Android. Berdasarkan perhitungan diperoleh thitung (0,832) < ttabel (1,9901) maka Ho diterima dengan menggunakan taraf signifikansi 0,025 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Gaya Hidup (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Model	Sumof Squares	<f	Mean Square	F	Sg
Regression	21.698	2	10.849	6.711	0000
Rental	124.489	11	1.617		
[To®	..... 146.188	79			

Berdasarkan tabel disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini karena F hitung 6,711 > F tabel 3,11 dan nilai signifikan F yang lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Fitur (X1), Gaya Hidup (X2), berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pembuktian hipotesis regresi secara parsial (uji t) ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdiri dari Fitur dan Gaya Hidup secara *parsial* terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian..

Fitur mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Berbasis Android Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hasil penelitian ini menunjukkan t hitung ( 3,487 ) > t tabel (1,9901 ) pada taraf signifikan 2,5%. Hasil dari pengaruh Fitur terhadap Keputusan Pembelian terjadi apabila setiap konsumen menginginkan adanya fitur aplikasi BBM.

Gaya Hidup tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis android pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hasil penelitian ini menunjukkan t hitung ( 0,83 ) < t tabel ( 1,9901 ) pada taraf signifikan 5%. Hasil dari Pengaruh Gaya Hidup terjadi karena kecilnya nilai t hitung terhadap t table sehingga variable Gaya Hidup tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil uji hipotesis secara simultan melalui uji F menyatakan bahwa variabel fitur dan gaya hidup secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis yang

menunjukkan nilai F hitung ( 6,711 ) > F tabel (3,11) pada taraf signifikan 5%. variabel fitur dan gaya hidup merupakan hal yang paling berpengaruh karena fitur akan memberikan kepuasan dan kenyamanan tersendiri bagi konsumen, sedangkan gaya hidup merupakan pengaruh lingkungan sosial konsumen.

## SIMPULAN

Setelah melakukan pengolahan data analisis dan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan sebelumnya, maka simpulan dan saran yang berkaitan dengan dengan perumusan masalah serta hipotesis yang diajukan dapat diberikan sebagai berikut:

1. Fitur BBM mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis android pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Gaya Hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis android pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis android pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R., Suroso, Imam., dan A, Aliyati. Siti. 2008. *Harga, Desain, dan Fitur yang Mempengaruhi Keputusan dan Kepuasan Pembelian Printer* (Studi pada Mahasiswa Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember). *Jurna Manajemen Gajayana*. (Online), Vol. 5, No. 2.
- Ajzen, I., and M. Fishbein. 2001. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall,
- Assael, Henry. 1992. *Consumer behavior and marketing action* 5<sup>th</sup>Ed. Ohio: South western publishing.
- Assael, Henry. 1995. *Consumer behavior and marketing action* 5<sup>th</sup>Ed. Ohio: South western publishing.
- Engel, J.F. 1995. *Prilaku konsumen*. Edisi 8 jilid 1. Jakarta Binarupa Aksara.

Ghozali, imam. 2005, *Analisis Multivariate dengan PASW*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

<http://engineeringtown.com/kids/index.php/teknologi-komunikasi/286-mengenal-sistem-operasi-android>.

Kontak, Sindo "Gaya hidup hedonis remaja modern." (online) [www.kontaksindo.com/2012/11/gaya-hidup-hedonis-remaja-modern.html](http://www.kontaksindo.com/2012/11/gaya-hidup-hedonis-remaja-modern.html)

Kotler, dan Armstrong, 1997, *Prinsip - prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, jil id 1. Edisi ketiga.

Kotler, P. dan Keller, L Kevin. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, Jilid 1. Edisi Ketiga belas.