

STUDI EKSPLORATORI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG ANDROID DI SURABAYA

The Wendy

Jurusan : Manajemen Pemasaran / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
wilfrid_coolz_08@yahoo.co.id

Abstrak - Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam proses pengambilan keputusan informan dalam membeli *Smartphone* Samsung Android di Surabaya. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan tujuh informan yang telah dipilih sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan, menggunakan cara *snowball sampling* dari teknik *nonprobability sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengenalan kebutuhan dimana pada awalnya informan menyadari adanya kebutuhan yang pada akhirnya mendorong informan untuk melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android guna memenuhi kebutuhan mereka, antara lain : kebutuhan kerja untuk mengirim *email*, dorongan dari teman, *chatting*. Dalam pencarian informasi melalui internet, bertanya pada teman dan majalah gadget. evaluasi alternatif yaitu melakukan perbandingan dari berbagai tipe mulai dari fitur, model, harga, dan spesifikasi. Untuk keputusan pembelian informan melakukan pembelian pada berbagai toko di Apollo Plaza Marina, Peace Cell, Modern Cell, Erafone Galaxy Mall, Samsung Experiental Shop, dan Cyber Cell WTC dengan pertimbangan mendapat harga lebih murah, dan perilaku pasca pembelian yang dirasakan adalah puas setelah menggunakan *Smartphone* Samsung Android.

Kata Kunci : *Pengambilan keputusan, Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian.*

Abstract – *This research is a qualitative research that intends to delve deeper about informant's decision making process in buying Smartphone Samsung Android in Surabaya. This object used in this research is buyers and users of Samsung Android Smartphone in Surabaya. Data resources used is primary data which is gathered from depth interview with seven informants who have been selected in accordance with the determined characteristics using snowball sampling method of non probability sampling technique. Data processing uses the open coding method, axial coding method, and selective coding method. This research result showed initially recognized the need for bolstering the informant to purchase Samsung Android Smartphone in order to meet their needs, such as: employment needs to send email, the encouragement of friends, chatting. In search of information via the internet, ask friends and gadget magazine. evaluation of alternatives that do a comparison of various types ranging*

from features, models, prices, and specifications. To purchase decisions informants make purchases at various stores in Apollo Plaza Marina, Peace Cell, Modern Cell, Erafone Galaxy Mall, Samsung Experiental Shop, and your Cyber WTC in consideration the price gets cheaper, and post-purchase behavior is felt satisfied after use Smartphone Samsung Android.

Keywords : *Decision making, Need recognition, Information Search, Evaluation of alternative, Purchase decision.*

PENDAHULUAN

Teknologi semakin berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan selama 1 dekade terakhir ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Khususnya teknologi yang sering digunakan dalam kehidupan sehari – hari seperti televisi, komputer, atau peralatan yang bahkan sama sekali tidak terpikirkan sebelumnya. *Handphone* (telepon seluler) merupakan salah satu alat komunikasi yang mengalami perkembangan yang sangat signifikan di bidang teknologi komunikasi.

Sesuai namanya, *Smartphone* berarti sebuah *handphone* pintar yang membedakannya dengan *handphone* biasa. *Smartphone* adalah salah satu media teknologi yang paling cepat perkembangannya. Dalam beberapa tahun belakangan, *smartphone* telah mengalami perkembangan yang luar biasa. Entah itu dari segi model, fitur, kemudahan dalam penggunaan, kualitas audio, masa pakai baterai dan sistem operasinya. (www.yahoo.com diunduh pada 23 April 2013).

Sistem Operasi adalah komponen penting dari sistem perangkat lunak dalam sebuah komputer. Program aplikasi biasanya membutuhkan sistem operasi untuk bisa berfungsi. (www.telkomspeedy.com diunduh pada 23 April 2013). Ada 4 sistem operasi *smartphone* yang pada umumnya saat ini digunakan, yaitu Android, RIM (*Research in Motion*), ios (*Iphone Operating System*), dan Symbian.

Ketatnya dunia persaingan dalam industri *handphone* saat ini membuat banyak perubahan yang drastis sejak munculnya android di

Indonesia. Android pertama kali di perkenalkan pada 5 November 2007. Android merupakan OS *open source* yang dibenamkan dalam perangkat *handphone* yang memiliki kemampuan *push e-mail*, telepon seluler, sms, dan menjelajah internet. Kemampuan *open source* Android memudahkan pengguna dengan tampilan yang *user friendly* serta banyak aplikasi gratis yang mudah didapatkan.

Seiring perkembangannya, Android berubah menjadi sebuah platform yang begitu cepat dalam melakukan inovasi demi inovasi. Hal tersebut tentu saja tidak dapat dilepaskan dari pengembang utama dibelakangnya, yaitu Google. Google yang mengakuisisi Android, kemudian menciptakan sebuah platform dimana para pengembang bisa leluasa berkarya dengan menciptakan aplikasi gratis dan terbuka untuk digunakan oleh bermacam – macam perangkat. (www.teknologiz.com diunduh 23 April 2013).

Sistem operasi *mobile* besutan Google, Android terus mencatat tren positif. Google melaporkan setidaknya ada 700.000 perangkat Android (*smartphone* dan *tablet*) yang diaktivasi setiap harinya. Pencapaian aktivasi sistem operasi Android ini memang cukup mencengangkan. Pada Mei 2011 lalu, baru ada 400.000 perangkat Android yang diaktivasi setiap hari. Jika saat ini sudah mencapai 700.000 aktivasi, maka diperkirakan sudah ada 200 juta perangkat yang memakai Android pada November 2011. (www.tekno.kompas.com diunduh 20 April 2013)

Selain itu fenomena Android dapat dilihat dari riset yang dilakukan oleh **Canalys** yaitu Android berhasil menjadi *market leader* setelah mengalahkan OS Symbian pada kuartal 2, tahun 2012 dengan penjualan sebesar 107,8 juta unit dan pangsa pasar 68,1%. Kenaikan pangsa pasar Android dapat dilihat dalam tabel 1 berdasarkan sistem operasi tahun 2012 kuartal II. (www.inet.detik.com diunduh 24 April 2013).

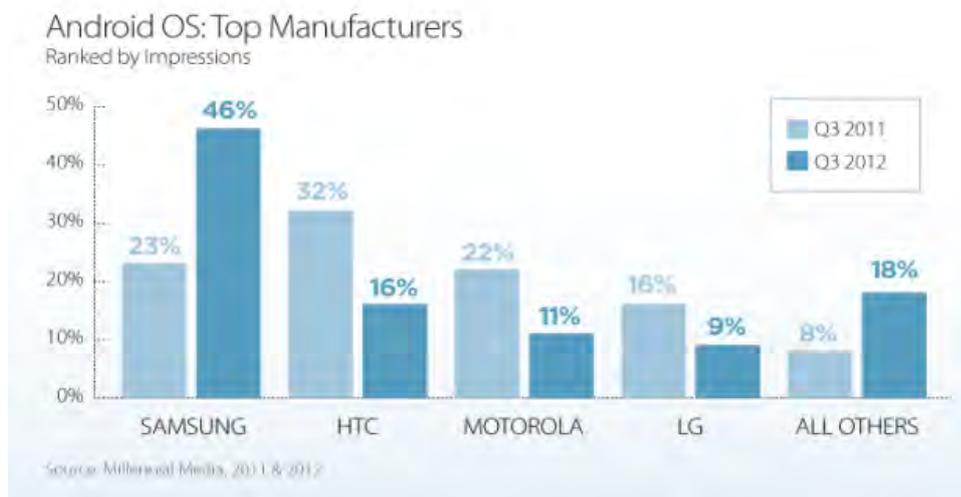
Tabel 1
Pangsa Pasar *Operating System* Secara Global Kuartal II 2012

Global smart phone market					
Shipments into the channel, split by platform, Q2 2012, Q2 2011					
Platform	Q2 2012 shipments (million)	% share	Q2 2011 shipments (million)	% share	Growth Q2'12/Q2'11
Total	158.3	100.0%	107.7	100.0%	46.9%
Android	107.8	68.1%	51.2	47.6%	110.4%
iOS	26.0	16.4%	20.3	18.9%	28.0%
BlackBerry	8.5	5.4%	12.5	11.6%	-32.1%
Symbian	6.4	4.1%	18.1	16.8%	-64.6%
Windows Phone	5.1	3.2%	1.3	1.2%	277.3%
bada	3.3	2.1%	3.1	2.9%	5.1%
Others	1.2	0.8%	1.1	1.0%	15.2%

Source: Canalis estimates, © Canalis 2012

Dari tabel 1, dapat dilihat bahwa Android mengalami peningkatan penjualan yang sangat signifikan dari kuartal II 2011 yang hanya mampu menjual 51,2 juta unit menjadi 107,8 juta unit dan *market share* 68,1%. Pada kuartal ini, Android berhasil menjadi *market leader* mengalahkan ponsel lainnya.

Android merupakan *operating system* keluaran Google. OS ini didukung oleh banyak vendor *handphone* yang tergabung dalam *Open Handset Alliance* (OHA) seperti Samsung, HTC, Motorola, LG, dan masih banyak lainnya. Banyaknya vendor yang menjual *handphone* dengan OS Android mengakibatkan bertambahnya penjualan dari vendor tersebut. Penjualan OS Android dapat dilihat dalam penjualan Android tahun 2012 digambar 1 :



Sumber : the-marketeers.com

Gambar 1
Peringkat Penjualan Handphone OS Android 2012

Dari gambar 1 dapat dilihat penjualan Android, posisi pertama dipegang oleh Samsung dengan *market share* sebesar 46%. Posisi kedua dipegang oleh HTC dengan *market share* sebesar 16%. Posisi ketiga dipegang oleh Motorola dengan *market share* sebesar 11%. Sedangkan posisi keempat ditempati oleh LG dengan *market share* sebesar 9%. Sisa *market share* 18% diberikan oleh vendor – vendor lainnya. (www.the-marketeers.com diunduh 25 April 2013)

Ketika vendor ponsel lain mengalami penurunan penjualan dan *market share* tetapi penjualan Samsung mengalami peningkatan drastis. Berdasarkan riset Campaign Asia Pacific, Samsung dinobatkan sebagai merek paling bernilai di kawasan Asia. Salah satu pesaing utama Samsung di bisnis *smartphone* adalah Apple, hanya berhasil duduk diposisi kedua, sementara RIM (*Research in Motion*) harus puas menduduki posisi ketiga.

Tabel 2
5 Vendor *Smartphone* Teratas Tahun 2012

Top Five Smartphone Vendors, Shipments, and Market Share, 2012 Q3 (Units in Millions)

Vendor	3Q12 Unit Shipments	3Q12 Market Share	3Q11 Unit Shipments	3Q11 Market Share	Year-over-year Change
Samsung	56.3	31.3%	28.1	22.7%	100.4%
Apple	26.9	15.0%	17.1	13.8%	57.3%
Research In Motion	7.7	4.3%	11.8	9.6%	-34.7%
ZTE	7.5	4.2%	4.1	3.3%	82.9%
HTC	7.3	4.0%	12.7	10.3%	-42.5%
Others	74.0	41.2%	49.9	40.3%	48.3%
Total	179.7	100.0%	123.7	100.0%	45.3%

(www.the-marketeers.com diunduh 25 April 2013)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat eksploratori karena penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam atau mengeksplorasi proses pengambilan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya. Berdasarkan kategori yang terdapat dalam penelitian eksploratori, maka penelitian ini termasuk kategori *Experience Surveys*, yaitu teknik dari penelitian eksploratori dimana individu – individu yang mempunyai pengetahuan atau pengalaman mengenai permasalahan – permasalahan yang akan ditanyakan.

Untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna *Smartphone* Samsung Android di Surabaya, yang bersifat tidak teridentifikasi (*unidentified*) sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* hal tersebut karena peluang dari anggota populasi tidak diketahui. Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *Snowball Sampling*.

Instrumen pengambilan data yang digunakan adalah wawancara secara mendalam (*depth interview*) terhadap informan berdasarkan pertanyaan – pertanyaan untuk mengetahui tanggapan informan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya. Tujuan wawancara langsung yang dilakukan agar dapat mengenali secara terperinci jawaban dari informan untuk mendapatkan informasi yang dapat dijadikan sampel mengenai proses pengambilan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya.

Langkah pertama yang dilakukan peneliti dalam analisis data adalah memberi tanda kode (*open coding*) terhadap jawaban – jawaban informan berdasarkan hasil transkrip wawancara. *Open Coding* yaitu usaha mengklasifikasikan jawaban – jawaban informan menurut macamnya. Hal ini dimaksud untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisis. Kata kunci diberikan pada jawaban – jawaban informan yang telah dipilah – pilah yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Kata kunci dibuat dan disesuaikan dengan pengertian peneliti agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan analisis. Setelah melakukan *open coding*, maka peneliti akan melakukan tabulasi data dengan menyiapkan tabel – tabel sesuai dengan variabel – variabel pertanyaan yang disesuaikan dengan *item – itemnya* melalui koding aksial (*axial coding*). *Axial Coding* merupakan kode – kode yang telah dibuat pada *open coding* akan di tabulasi kedalam sebuah tabel yang dimulai dengan meletakkan dan mengatur informan yang telah dianalisa melalui *open coding*. Setelah melakukan *axial coding* maka sekarang dilakukan *selective coding*. *Selective coding* merupakan tahap analisis data dimana tahap ini pertanyaan – pertanyaan yang telah dibuat pada *axial coding* direduksi dan diseleksi. Yang dimaksud dengan direduksi yaitu misalnya jika ada pertanyaan dari informan yang tidak sesuai dari tujuan penelitian yang dilakukan atau tidak sesuai dengan pokok bahasan dapat dibuang. Yang dimaksud dengan

diseleksi yaitu jika ada satu pernyataan setelah dibuat menjadi poin – poin penting berdasarkan kategori yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis *selective coding* diatas, dapat diketahui bahwa *Decision Making Process* yang mendasari informan dalam melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android ini berbeda – beda untuk tiap informan.

1. Informan Handrariesnawan

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition*** yang ditunjukkan oleh Informan Hans, yaitu suka nonton video dan olahraga sehingga fitur Smart Pause dan S Health dibutuhkan lalu suka *chatting* sehingga yang mendorong Saudara Hans untuk memenuhi kebutuhan yang di rasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudara Hans melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudara Hans, yaitu melakukan pencarian informasi dari Kaskus, situs teknoup, dan majalah ponsel.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Hans adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudara Hans mempertimbangkan fitur – fitur Galaxy S IV yang tercanggih masa kini sehingga mendorong Saudara Hans memilih Galaxy S IV. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang keempat ditunjukkan oleh informan Hans adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudara Hans melakukan penilaian dari segi alternatif, maka melakukan proses pembelian yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Hans, yaitu membeli di toko Erafone Galaxy

Mall karena ada promo *cashback* dengan melakukan *preorder*, melalui pembayaran secara *cash* melalui *debit* BCA.

Tahap *Decision Making Process* yang kelima yaitu ditunjukkan oleh informan Hans adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudara Hans melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy S IV. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Hans, yaitu merasa puas dan bisa dibilang melampaui harapan karena fitur dan teknologi dari Galaxy S IV.

2. Informan Christian

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition*** yang ditunjukkan oleh informan Christian dapat dilihat dari pernyataan Saudara Christian, yaitu ikutan teman karena banyak yang menggunakan agar bisa *chatting* dan *handphone* sebelumnya rusak lalu membosankan, sehingga mendorong Saudara Christian untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudara Christian melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan saudara Christian, yaitu bertanya kepada teman yang menggunakan Samsung Galaxy Grand, dan *browsing* dari internet lihat spesifikasi.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Christian adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudara Christian melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan tipe Samsung yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Christian, yaitu karena Galaxy Grand sudah *dual sim card* dibandingkan *handphone* lain dengan harga terjangkau selain itu karena banyak teman yang menggunakan Samsung. Kemudian tahap *Decision Making Process* keempat yang ditunjukkan oleh informan Christian adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudara Christian setelah melakukan penilaian dari

berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Christian, yaitu beli di toko Peace Cell Plaza Marina karena lebih murah termasuk *flip cover* dan *screen guard*. Dengan metode pembayaran *cash* melalui transfer ATM BCA.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh Saudara Christian adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudara Christian melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy Grand. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Christian, yaitu puas, karena bisa *chatting*, *sosial media* dan tidak lemot lagi.

3. Informan Margareta Putri

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition***, yang ditunjukkan oleh informan Putri dapat dilihat dari pernyataan Saudari Putri, yaitu untuk *chatting* dan buat grup via Line, sehingga yang mendorong Saudari Putri untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudari Putri melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudari Putri, yaitu bertanya ke teman yang pernah menggunakan Samsung Android mengenai model, kapasitas memori, dan harga.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Putri adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudari Putri melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan tipe Samsung Android yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Putri, yaitu membandingkan model dan spesifikasi tertentu saja, kemudian awalnya tertarik dengan Galaxy S III resolusi layarnya bagus tapi harganya mahal, akhirnya memilih Galaxy Grand karena layarnya besar, spesifikasi bagus, dan harga terjangkau. Kemudian tahap *Decision*

Making Process keempat yang ditunjukkan oleh informan Putri adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudari Putri setelah melakukan penilaian dari berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Putri, yaitu cari harga yang paling murah diantara semua toko di WTC dan akhirnya membeli di toko Modern Cell dengan metode pembayaran yang digunakan *debit* BCA, karena tidak punya kartu kredit dan agar tidak membawa uang tunai banyak.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh informan Putri adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudari Putri melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy Grand. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Putri, yaitu sangat puas, karena sesuai dengan harapan, untuk *chatting*, *update status* Facebook, dan juga *browsing* dan rencananya akan ganti tipe Galaxy S IV.

4. Informan William Suchandra

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition***, yang ditunjukkan oleh informan William dapat dilihat dari pernyataan Saudara William, yaitu butuh *handphone* layar besar untuk edit foto dan fitur S pen, sehingga yang mendorong Saudara William untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian Tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudara William melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudara William, yaitu mencoba dari teman yang telah menggunakan Galaxy Note I dan *browsing* dari internet serta majalah Android.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan William adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudara

William melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan tipe Samsung Android yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara William, yaitu membandingkan fitur dan spesifikasi Galaxy Note I dengan Galaxy S III, akhirnya memilih Galaxy Note I karena layar besar dan ada S pen. Kemudian tahap *Decision Making Process* keempat yang ditunjukkan oleh informan William adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudara William setelah melakukan penilaian dari berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara William, yaitu beli di toko Apollo Galaxy Mall karena harga lebih murah dari toko lain, dengan metode pembayaran *cash* karena lebih murah daripada bayar secara kredit.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh informan William adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudara William melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy Note I. hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara William, yaitu puas, karena layar besar, ada fitur S pen dan kepingin ganti Galaxy Note II.

5. Informan Budi Kantoro

Tahap *Decision Making Process* pertama yaitu, ***Need Recognition*** yang ditunjukkan oleh informan Budi dapat dilihat dari pernyataan Saudara Budi, yaitu dorongan dari klien dan kebutuhan kerja menerima order via *email*, serta komunikasi yang cepat, sehingga yang mendorong Saudara Budi untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudara Budi melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudara Budi, yaitu dari teman yang telah menggunakan Galaxy Note II dan *browsing* dari internet melalui forum Kaskus dan *website* Samsung mengenai spesifikasi.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Budi adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudara Budi melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan tipe Samsung Android yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Budi, yaitu membandingkan Galaxy Note II dengan Galaxy S III mengenai spesifikasi, dan akhirnya memilih Galaxy Note II karena ada fitur S pen dan *Air View*. Kemudian tahap *Decision Making Process* keempat yang ditunjukkan oleh informan Budi adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudara Budi setelah melakukan penilaian dari berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Budi, yaitu beli di SES Ciputra World karena ada promo *cash back*, sehingga pembelian secara *cash* melalui *debit* BCA karena malas bawa uang banyak.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh informan Budi adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudara Budi melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy Note II. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudara Budi, yaitu puas karena sesuai dengan kebutuhan kerja dan tertarik untuk membeli Galaxy Note III jika sudah keluar.

6. Informan Yenny

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition***, yang ditunjukkan oleh informan Yenny dapat dilihat dari pernyataan Saudari Yenny, yaitu pengaruh banyak teman yang menggunakan dan ada aplikasi resep masakan, sehingga yang mendorong Saudari Yenny untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudari Yenny melakukan pencarian informasi sebelum

pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudari Yenny, yaitu bertanya pada teman mengenai fitur dan spesifikasi yang sudah menggunakan lalu juga dari internet dan majalah.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Yenny adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudari Yenny melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan pembelian tipe Samsung Android yang akan dibeli. Hal ini dilihat dari pernyataan Saudari Yenny, yaitu membandingkan spesifikasi, model dan fitur Galaxy Ace, galaxy Grand, Galaxy Note II sama Galaxy S III. Namun akhirnya memilih Galaxy S III karena modelnya lebih bagus. Kemudian tahap *Decision Making Process* keempat yang ditunjukkan oleh informan Yenny adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudari Yenny setelah melakukan penilaian dari berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Yenny, yaitu beli di toko Cyber Cell WTC yang merupakan toko teman, dengan metode pembayaran *cash* melalui transfer ATM BCA karena tidak bawa uang.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh informan Yenny adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudari Yenny melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy S III. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Yenny, yaitu puas karena bisa isi aplikasi resep masakan dan aplikasi gratis lainnya. Berikutnya tertarik membeli Galaxy S IV.

7. Informan Nidya Natalia

Tahap *Decision Making Process* pertama, yaitu ***Need Recognition***, yang ditunjukkan oleh informan Nidya dapat dilihat dari pernyataan Saudari Nidya, yaitu dorongan dari teman karena banyak yang menggunakan, hobi *chatting*, dan malas bawa *handphone* banyak,

sehingga yang mendorong Saudari Nidya untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dengan membeli *Smartphone* Samsung Android. Kemudian tahap *Decision Making Process* yang kedua, yaitu ***Information Search***, dimana Saudari Nidya melakukan pencarian informasi sebelum pembelian yang dapat dilihat dari pernyataan Saudari Nidya, yaitu keliling toko cari informasi mengenai spesifikasi, *browsing* internet, dan tanya teman.

Tahap *Decision Making Process* ketiga yang ditunjukkan oleh informan Nidya adalah ***Evaluation of Alternative***, dimana Saudari Nidya melakukan penilaian berbagai alternatif terkait dengan tipe Samsung Android yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Nidya, yaitu tiga tipe yang dipertimbangkan, Galaxy S III, S Mini, dan Galaxy Grand kemudian membandingkan fitur dan spesifikasi, dan ternyata memilih Galaxy Grand karena bisa *dual sim card*. Kemudian tahap *Decision Making Process* keempat yang ditunjukkan oleh informan Nidya adalah ***Purchase Decision***, dimana Saudari Nidya setelah melakukan penilaian dari berbagai alternatif, maka melakukan proses pembelian, yang meliputi pemilihan toko dan metode pembayaran yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Nidya, yaitu beli di toko Apollo Plaza Marina karena paling murah diantara toko lainnya dengan metode pembayaran dibelikan papa secara *cash*.

Tahap *Decision Making Process* kelima yang ditunjukkan oleh informan Nidya adalah ***Postpurchase Behavior***, dimana Saudari Nidya melakukan penilaian pasca pembelian Samsung Galaxy Grand. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Saudari Nidya, yaitu merasa puas karena sesuai harapan tidak perlu bawa *handphone* banyak lagi karena sudah *dual sim card* dan bisa *chatting* tanpa lemot, berikutnya ada keinginan untuk ganti Galaxy S IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, bahwa ketujuh informan yang melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android, dapat disimpulkan untuk masing – masing tahap *Decision Making Process* dari ketujuh informan tersebut, yaitu pada tahap ***Need Recognition*** terkait pada pengenalan kebutuhan sebelum melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android dimana pada awalnya konsumen menyadari adanya kebutuhan yang pada akhirnya dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android guna memenuhi kebutuhan yang dirasakan, berbagai kebutuhan yang muncul pada awalnya antara lain : kebutuhan kerja untuk mengirim *email*, dorongan dari teman, edit foto, dan mengikuti tren pengguna Samsung Android.

Tahap ***Information Search*** terkait pada pencarian informasi oleh konsumen sebelum melakukan pembelian *Smartphone* Samsung Android, dimana dalam melakukan pencarian informasi, konsumen mendapat informasi dari berbagai sumber yang berbeda, antara lain : bertanya ke teman yang sudah menggunakan terlebih dahulu, mencoba fitur - fiturnya dari teman yang sudah menggunakan, *browsing* dari internet, tanya ke toko *handphone*, dan dari majalah Android. Upaya pencarian informasi oleh konsumen berupa informasi terkait tipe – tipe *Smartphone* Samsung Android, fitur, spesifikasi, dan harga dari masing – masing tipe. Tahap ***Evaluation of Alternative*** terkait dengan penilaian alternatif dari berbagai tipe yang diketahui maupun serangkaian tipe *Smartphone* Samsung Android yang diminati oleh konsumen. Pada proses ini, konsumen melakukan perbandingan dari berbagai tipe Samsung Android. Perbandingan yang dilakukan oleh konsumen terkait fitur, *design* / model, harga, dan spesifikasi. Konsumen melakukan perbandingan dari dua atau lebih tipe Samsung Android yang berbeda sehingga diambil keputusan untuk

membeli tipe : Galaxy S IV, Galaxy Grand, Galaxy Note I, Galaxy Note II, dan Galaxy S III. Kriteria dari berbagai atribut produk yang digunakan oleh konsumen sebagai penilaian terhadap setiap tipe Samsung Android yang dipilih, antara lain : model / *design*, layar besar, fitur dari masing – masing tipe, memory besar, resolusi layar, kecepatan prosesor. Selain itu harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli *Smartphone* Samsung Android. Tahap ***Purchase Decision*** terkait proses pembelian *Smartphone* Samsung Android yang dilakukan oleh konsumen setelah melakukan penilaian terhadap setiap tipe Samsung Android, proses pembelian tersebut termasuk pemilihan toko, yaitu : toko Apollo, Peace Cell, Modern Cell, Erafone, Samsung Experiental Shop, dan Cyber Cell. Toko yang dipilih oleh konsumen mempunyai penilaian tersendiri bagi konsumen, yaitu : harga murah, ada promo – promo menarik, dan garansi distributor. Tahap ***Postpurchase Behavior*** terkait dengan penilaian kinerja produk menurut berbagai harapan konsumen setelah membeli dan menggunakan produk *Smartphone* Samsung Android, yaitu semua konsumen merasa puas dengan masing – masing tipe yang telah dibelinya dan ingin mencoba melakukan pembelian tipe Samsung Android lainnya.

Berdasarkan temuan hasil penelitian, maka dapat diberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut, yakni sebagai berikut :

- a. Dapat dijadikan penelitian lebih lanjut yakni berupa penelitian tentang hubungan motif konsumen dengan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya dan hubungan ketergantungan antara kelompok *reference* dengan proses keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Android di Surabaya sehingga penelitian selanjutnya lebih sempurna lagi.

- b. Hasil temuan tersebut dapat dijadikan sebagai informasi tambahan bagi produsen *Smartphone* Samsung Android untuk lebih memahami proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Arnould, Proce, dan Zinkhan, *Consumers*, 2nd Edition, International Inc.

Keller, Kevin Lane dan Philip Kotler, *Marketing Management*, Pearson International Edition, Twelfth Edition, Upper Saddle River, New Jersey, 2006

Kotler, P., dan Gary Armstrong, 2001, *Principles of Marketing*, 9th Edition, Prentice Hall International Inc., Upper Saddle River, New Jersey

Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, Pearson Education Inc, Ninth Edition, Upper Saddle River, New Jersey, 2007

<http://id.answers.yahoo.com/question/index?=-20080312192820AAemPOk>
diunduh pada 23 April 2013

http://opensource.telkomspeedy.com/wiki/index.php/Sistem_operasi
diunduh 23 April 2013

<http://portal.paseban.com/article/8911/pengertian-sistem-operasi-smartphone-populer> diunduh 23 April 2013

<http://www.teknologiz.com/2012/11/sejarah-android-jenis-dan-versi-android.html#.UWPYQqI6Jrx> diunduh 23 April 2013

<http://inet.detik.com/read/2012/08/03/145912/1982588/317/android-kuasai-68-pasar-smartphone-dunia> diunduh 24 April 2013

<http://the-marketeers.com/archives/pangsa-pasar-samsung-android-tumbuh-46-di-tahun-2012.html> diunduh 25 April 2013

<http://the-marketeers.com/archives/samsung-merek-paling-bernilai-di-asia.html> diunduh 25 April 2013