

## ***ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE PURCHASE OF OPPO BRAND SMARTPHONE PRODUCTS IN STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF ECONOMIC AND BUSINESS FACULTY MUHAMMADIYAH***

**Aulia**

Universitas Muhammadiyah Makassar

[aulia@unismuh.ac.id](mailto:aulia@unismuh.ac.id)

**Moh. Aris Pasigai**

Universitas Muhammadiyah Makassar

[moharispasigai@unismuh.ac.id](mailto:moharispasigai@unismuh.ac.id)

**Firdayanti Buhari**

[firdafir19.01@gmail.com](mailto:firdafir19.01@gmail.com)

Universitas Muhammadiyah Makassar

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor internal dan eksternal Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar (studi kasus jurusan manajemen angkatan 2017). Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data yang di dapatkan merupakan hasil wawancara sebanyak 6 mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017. Faktor internal perilaku konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk smartphone merek oppo pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena merek hp Oppo yang bagus untuk digunakan, tidak mudah rusak, kameranya sangat bagus, mudah di dapatkan di konter-konter terdekat, RAM nya tinggi, merek hpnya terkenal, bentuk desain dan warna yang elegan. Faktor eksternal perilaku konsumen mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk smartphone merek oppo pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena hp oppo sesuai dengan budaya keluarga, teman-temannya yang menggunakan hp oppo, karena terbiasa dan tidak menggantinya dengan merek hp yang lain.

**Kata kunci** : perilaku konsumen, keputusan pembelian

### **ABSTRACT**

*This study aims to find out how the internal and external factors of consumer behavior in purchasing decisions for oppo brand smartphone Products on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar (case study majoring in management class 2017). The type of research used with a qualitative approach. The data obtained is the result of interviews with 6 students majoring in management class of 2017. Internal factors of consumers behavior influence consumer decisions in purchasing Oppo Brand Smartphone product of students majoring in management class 2017 Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar because the Oppo cellphone brand is good to use, not easily damaged, the camera is very good, easy to get the nearest counter, high RAM, famous cellphone brand, elegant design and color. External factors of consumer behavior affect consumers in purchasing Oppo brand smartphone products for student students majoring in management class 2017 Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar because the Oppo cellphone is in accordance with family culture, friends who use the Oppo Cellphone, because they are used to it and don't replace it with the cellphone brand that other.*

**Keywords** : consumer behavior, purchasing decisions

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan Indonesia di sektor teknologi khususnya alat komunikasi sangat mengalami perubahan yang signifikan. Media alat komunikasi merupakan wadah yang sangat penting dalam menyampaikan informasi, hal ini tentunya dapat terlihat dari pemakaian alat komunikasi dalam hal ini disebut sebagai *handphone*. *Handphone* merupakan alat komunikasi yang telah diganrunji oleh masyarakat, tanpa melihat umur, dan status.

Maraknya pemakaian *smartphone* pada zaman ini, telah memotivasi beberapa kelompok untuk membuat produk serupa, tentunya dengan nama, tipe dan jenis yang berbeda. Dari hal ini tentunya dapat menjadi dinamika baru bagi konsumen untuk memilih dan memilih yang mana sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bagi konsumen. Menurut wikipedia bahwa android adalah sistem operasi yang berbasis linux untuk telepon seluler seperti *smartphone* dan kemputer tablet. Android menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Android memiliki berbagai keunggulan sebagai *software* yang memakibakis kode kemputer yang bisa distribusikan secara terbuka sehingga pengguna bisa membuat aplikasi baru di dalamnya.

Tahap dalam proses keputusan konsumen untuk membeli tentunya didasari oleh bagaimana nilai guna kelebihan dan kekurangan suatu produk. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal dari konsumen, seperti keadaan lingkungan, strategi pemasaran perusahaan terkait

atau faktor kepribadian dari konsumen, Kartajaya Srikalimah, (2017). Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat menggunakan dan mendapatkan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Sikap merupakan salah satu bentuk dari psikologi konsumen yang turut mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap mempelajari kecenderungan konsumen untuk mengevaluasi baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten. Oleh karena itu, perilaku konsumen merupakan tindakan mengkaji individu, kelompok, dan organisasi untuk memilih, memakai dan membuang barang, jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan hasrat individu.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grub konsumen, ataupun masyarakat luas selalu merubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau produk tertentu. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran. Itu merupakan hal yang terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen, yaitu pertukaran diantara individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumentetap konsisten dengan

definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran.

Menurut Kotler dalam Sungadji (2014:7) menjelaskan perilaku konsumen sebagai suatu studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok, atau organisasi. Unit-unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

## **2.2 Pengertian Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Armstrong (2004) mengemukakan bahwa "keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk".

Dari pernyataan diatas dapat dilihat bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan untuk melakukan suatu pembelian. Pemasar harus dapat mengubah sikap atau membuat konsumen agar bertindak. Terdapat model yang berbeda-beda untuk tahap-tahap respon konsumen seperti terlihat pada tabel berikut.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pengumpulan Data**

Peneliti dapat menggunakan beberapa gabungan dari metode pengumpulan data, namun selaras dengan masalah dalam penelitian, sebagai berikut :

3.2 wawancara yaitu kegiatan tanya jawab secara langsung terhadap seseorang untuk memperoleh

informasi. Bentuk informasi yang di dapatkan di nyatakan dalam buku tulis, atau di rekam secara audio, visual, atau audio visual. Wawancara merupakan kegiatan utama dalam kajian pengamatan.

3.3 dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan mempelajari laporan dan dokumentasi menyangkut perilaku konsumen dalam keputusan *smartphone* merek vivo dan oppo pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

Hasil wawancara terhadap mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017 fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan *smartphone* merek oppo, bahwa hp oppo bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli produk hp tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan kepada informan yang membeli produk *smartphone* oppo diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Informan sulpa, Marhamah Tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani, dan subhan akbar mengatakan persepsi/pemahamannya tentang hp oppo adalah merek hp yang bagus untuk digunakan karena tidak mudah rusak, cameranya sangat bagus, mudah di dapatkan di konter-konter terdekat, RAM nya tinggi, merek hpnya terkenal, dan bentuk desain dan warna yang elegan.
2. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, eriani, dan subhan akbar mengatakan sikapnya tentang keberadaan hp oppo mereka sangat senang dan terbantu

- karena hp oppo memberikan aplikasi yang terbaik, memudahkan dalam menyelesaikan tugas kampus, memiliki tempat penyimpanan yang tidak mudah penuh untuk menyimpan file foto atau video, memudahkan bermain game.
3. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa hp oppo mencerminkan gaya hidup seseorang dilihat dari banyaknya pemakai hp oppo karena mengikuti zaman dan harga hp oppo yang terjangkau juga dapat mencerminkan gaya hidup seseorang.
  4. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa hp oppo memiliki RAM yang tinggi sesuai dengan kepribadiannya yang hobi bermain game, mengabadikan foto dan video, camera yang bagus membuat lebih percaya diri untuk berfoto,
  5. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa hp oppo sesuai dengan budaya keluarga, teman-temannya yang menggunakan hp oppo karena terbiasa dan tidak mengganggunya dengan merek hp yang lain.
  6. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa hp oppo bisa mencerminkan status sosial dilihat dari harga hp oppo yang terjangkau dan banyaknya penggunaan hp oppo pada kelas sosial menengah.
  7. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka mempunyai referensi tentang hp sebelum memutuskan untuk membeli hp oppo
  8. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka mempertimbangkan faktor situasi dalam memutuskan membeli hp oppo
  9. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka memang membutuhkan hp oppo karena memiliki RAM yang tinggi untuk memperlancar bermain game, menyimpan dokumen, dan membutuhkan kamera oppo untuk digunakan berfoto karena kameranya sangat bagus.
  10. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka mencari informasi mengenai hp, karena ingin mengetahui merek hp apa saja yang paling bagus dan sesuai dengan keinginannya sebelum memutuskan untuk membeli hp oppo.
  11. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka mengevaluasi terlebih dahulu tentang hp oppo untuk mengetahui lebih banyak lagi tentang hp oppo sebelum memutuskan untuk membelinya agar tidak menyesal.
  12. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka melakukan keputusan dalam membeli hp oppo informasi tentang hp oppo sangat baik, hp oppo memiliki kualitas yang terbaik, dan tidak mudah rusak.
-

13. Informan sulpa, Marhamah tunnisa, Rahman, Irfandi, Eriani dan subhan akbar mengatakan bahwa mereka sangat puas setelah membeli hp oppo dan sama sekali tidak menyesal

Dengan melihat hasil analisis yang ada dapat disimpulkan dari jawaban masalah dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian produk smartphone merek oppo. Dengan kesimpulan yang di dapatkan peneliti berkeyakinan beberapa faktor inilah yang akan memberikan keunggulan tersendiri pada produk smartphone. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian mahasiswa dalam memilih produk smartphone merek oppo.

1. Faktor internal dalam keputusan pembelian mahasiswa untuk memilih produk smartphone merek oppo

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terhadap mahasiswa menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa “persepsi, sikap, gaya hidup dan kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk smartphone merek oppo”

2. Faktor eksternal dalam keputusan pembelian mahasiswa untuk memilih produk smartphone merek oppo

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari mahasiswa menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa “budaya, sosial, referensi dan situasi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam

keputusan pembelian produk smartphone merek oppo”

## 4.2 Pembahasan

Faktor internal yang meliputi “persepsi, sikap, gaya hidup dan kepribadian mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk smartphone merek oppo” Faktor eksternal yang meliputi “budaya, sosial, referensi dan situasi mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk smartphone merek oppo.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar) dalam hasil penelitiannya terdapat penagruh simultan yang signifikan variabel sikap dan norma subyektif terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar secara bersama-sama atau serentak, terdapat pengaruh yang signifikan secara persial erhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, terdapat pengaruh yang signifikan norma subyektif terhadap keputusan pembelian.

## 5. PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Faktor internal perilaku konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk smartphone merek oppo pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena merek

hp Oppo yang bagus untuk digunakan, tidak mudah rusak, cameranya sangat bagus, mudah di dapatkan di konter-konter terdekat, RAM nya tinggi, merek hpnya terkenal, bentuk desain dan warna yang elegan.

Faktor eksrernal perilaku konsumen mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk smarphone merek oppo pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena hp oppo sesuai dengan budaya keluarga, teman-temannya yang menggunakan hp oppo, karena terbiasa dan tidak menggatinya dengan merek hp yang lain.

## 5.2 Saran :

1. Bagi pihak oppo  
Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas diketahui bahwa banyaknya pertimbangan mahasiswa untuk melakukan pembelian produk smartphone merek oppo. Oleh karena itu peneliti menyarankan untuk mempertahankan oleh pihak oppo sebagai suatu keunggulan atau kekuatan utama dalam menyediakan produk yang akan datang. Dan menciptakan keunggulan-keunggulan baru untuk meningkat minat konsumen dalam melakukan pembelian produk samrtpnone merek oppo.
2. bagi peneliti selanjutnya pada penelitian ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk smartphone merek oppo. Maka bagi peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti alternstif faktor yang lain yang juga mempengaruhi

konsumen dalam membeli smartphone merek oppo karena tidak menutup kemungkinan peneliti dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Bawano Wikrama Kusuma Arif, Yohanes Jhony Kurnian, 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen Brand Image dan Promosi terhdap Keputusan pembelian Online pada Situs Belanja Online
- Dosen tetap STIE Semarang, 2013. Analisis Strategi Inovasi Aribut dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Skuter Merek Honda Vario di Kota Semarang
- Gangsar Upoyo, 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli
- Smartphone Oppo.**  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>  
<https://ditlantas.ntb.polri.go.id/undang-undang-yang-mengatur-tentang-penggunaan-hp-saat-berkendara/>
- I M. Pasek suardika, I GAA. Ambarawati, I P. Sukaatmadja. 2014. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf FarmBali
- Marheni Eka saputri, 2016. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan pemelian Online Produk Fashion pada Zalora Indonesia
- Melisa Paedong, dkk, 2016. Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smarfren Cabang Manado

- Muqarrama Muslimin, 2018. Fahktor-Faktor yang Mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Djuku Resto Makassar. Hlm 19-21 Dr
- M. Fuad, C. H. (2001). Pengantar Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Nasikan Begy Andi Susmito, 2013. Faktot Internal dan eksternal terhadap Keputusan pembelian Telepon Selular Mark Nokia
- Nugroho J.Setiadi, 2003. Perilaku Konsumen. Hlm 14-15
- Okta Nofri, Andi Hafifah, 2018. Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Onilne Shopping d Kota Makassar
- Rosdiana safitri, 2018. Analisis Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian *Smarphone* OPPO (pda mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Makassar)
- Siti Rugaya, 2015. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT, Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar
- Sunarto, 2018. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redme 3S
- Sujani, 2017. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret
- Sulistiono, 2015. Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilisan Fisik Vinyl diYogyakarta
- Vincentia Firsta Riani, 2016. Gambaran Keterangan *Smartphone* terhadap Produktivitas Kerja pada Pekerja CV. Traveline Citra Nusantara Yogyakarta.
- Zainul Arifuddin Edy, 2020. Analisis Perilaku Konsumen dalam pembelian Produk Online "TOKO PEDIA"