Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Hubungan gaya hidup dan kepribadian dengan intensi untuk membeli telepon selular baru

Amalia Dian Utami, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20287495&lokasi=lokal

---

Abstrak

Saat ini perkembangan telepon selular semakin pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Berbagai macam produk telepon selular yang terdiri dari bermacam-macam tipe, bentuk, warna, harga, aksesoris, dan fungsi tampak semakin gencar ditawarkan pada konsumen. Gencarnya penawaran berbagai macam telepon selular dari produsen menimbulkan fenomena menarik pada konsumen pengguna telepon selular, khususnya pada kalangan mahasiswa. Ada pengguna telepon selular yang suka mengganti telepon selularnya dengan telepon selular keluaran terbaru walaupun telepon selular yang dimilikinya baru berusia tiga bulan. Di sisi lain, ada juga pengguna telepon selular yang sudah cukup puas dengan telepon selular yang dimilikinya karena sudah memenuhi kebutuhannya dalam berkomunikasi walaupun secara finansial mampu untuk membeli telepon selular baru.

Mahasiswa sebagai konsumen merupakan individu yang unik dengan karakteristik yang berbeda-beda. Seseorang bisa menyukai makanan, minuman, dan jenis acara televisi yang berbeda dengan teman dekatnya sekalipun. Hal ini tergantung pada karakteristik individualnya masing-masing (Hawkis, Best, & Coney, 1995). Orang yang berasal dari kelas sosial, pekerjaan, dan subkultur yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup merupakan pola seseorang dalam menjalani kehidupannya yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan pendapat-pendapatnya tentang lingkungan di sekitarnya (Kottler, 1997). Menurut Mowen (1998), gaya hidup mempunyai hubungan yang dekat dengan kepribadian. Kepribadian merupakan karakteristik internal dari individu, sedangkan gaya hidup merupakan perwujudan eksternal dari kakteristik tersebut. Menurut Wells & Prensky (1996), kepribadian dan gaya hidup dapat digolongkan ke dalam karakteristik-karakteristik latar belakang konsumen yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Selain itu, aktivitas membeli konsumen juga dipengaruhi oleh proses-proses behavioral. Aktivitas membeli yang dilakukan konsumen memang merupakan hal yang kompleks karena melibatkan kegiatan mental dan fisik. Jadi, untuk mewujudkan suatu aktivitas membeli perlu adanya kemauan yang kuat untuk melakukannya.

Menurut Fishbein & Ajzen (1975), kemauan yang kuat untuk melakukan suatu tingkah laku, termasuk tingkah laku membeli, dapat dijelaskan melalui konsep intensi. Walaupun intensi tidak secara langsung dimasukkan sebagai salah satu dari proses-proses behavioral, sebenarnya intensi dapat digolongkan ke dalam proses-proses behavioral karena di dalam intensi terkandung adanya aspek motivasional, pembentukan sikap dan juga berpengaruh dalam pegambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep intensi yang digolongkan ke dalam proses-proses behavioral yang melandasi terjadinya aktivitas membeli telepon selular baru yang ingin dilihat apakah ada hubungannya dengan gaya hidup dan kepribadian sebagai karakteristik latar belakang konsumen.

Gaya hidup diukur dengan alat ukur yang terdiri dari pernyataan-pernyataaan tentang dimensi aktivitas, minat, dan opini. Kepribadian diukur berdasarkan model kepribadian lima faktor dengan menggunakan Omni-Berkeley Personality Profile yang telah diadaptasi ke dalam bidang perilaku konsumen. Intensi

membeli telepon selular baru diukur dengan alat ukur yang dibuat berdasarkan model Fishbein & Ajzen (1975).

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang merupakan kelompok transisi yang sangat potensial sebagai pasar sasaran suatu produk terutama produk-produk yang menggunakan teknologi modern (Kasali, 1998). Mahasiswa dalam penelitian ini berada pada tahap perkembangan dewasa muda. Menurut Perlmutter & Hall (1992) usia dewasa muda berkisar antara 18 sampai dengan 30 tahun. Sampel pada penelitian ini berjumlah 160 orang, yang diperoleh dengan menggunakan teknik accidental nonprobability sampling. Alat ukur yang diberikan kepada subjek penelitian berbentuk kuesioner. Data yang diperoleh, diolah dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan teknik korelasi untuk menguji hubungan antara variabel. Semua data ini diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows versi 10.0.

Hasil analisa statistik menunjukkan bahwa gaya hidup dan faktor kepribadian extraversion dan openness to experience berhubungan secara signifikan dengan intensi untuk membeli telepon selular baru. Selain itu, sebagai sebagai hasil tambahan, diperoleh hasil yang menunjukkan adanya sumbangan yang bermakna dari sikap dan norma subjektif terhadap intensi membeli telepon selular baru.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini adalah pengambilan jumlah sampel yang kurang luas penyebarannya membuat hasil yang diperoleh tidak dapat digeneralisasikan pada populasi mahasiswa. Di samping itu, itemitem dalam alat ukur juga perlu dispesifikkan lagi dengan cara mengelisitasi subjek penelitian dengan metode wawancara mendalam atau focus discussion group. Item-item dalam alat ukur juga perlu diuji validitas dan reliabilitasnya secara terus menerus (tidak hanya satu kali) agar diperoleh item-item yang baik untuk mengukur variabel yang hendak diukur sehingga diperoleh hasil penelitian yang dapat bermanfaat bagi bidang perilaku konsumen.