

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON SELULER MEREK BLACKBERRY

Oleh

Rudi Partomuan

Blackberry adalah salah satu merek telepon seluler yang sedang tren saat ini, terlihat dari meningkatnya pangsa pasar Blackberry di Indonesia yang meningkat dari tahun ke tahun. Di Indonesia operator Blackberry dioperasikan oleh perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seperti Telkomsel, indosat, dan Excelkomindo.

Masalah yang dihadapi adalah banyaknya perusahaan pesaing yang memproduksi jenis telepon seluler yang sama di kategori pasar smartphone. Produsen Blackberry yaitu Research in Motion berupaya mempertahankan jumlah penjualan dan konsumennya, sehingga dengan banyaknya perusahaan pesaing, pihak RIM (*Research in Motion*) berupaya mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen, seperti faktor internal maupun eksternal.

Permasalahan yang dihadapi yaitu Apakah Faktor kelas sosial, gaya hidup, dan pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli telepon seluler merek *Blackberry*?

Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan pembelajaran terhadap keputusan pembelian telepon seluler merek *Blackberry*. Hipotesis penelitian ini yaitu faktor kelas sosial, gaya hidup, dan pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian telepon seluler merek *Blackberry*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, sedangkan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat di kota Bandarlampung.

Alat analisis kualitatif yang digunakan yaitu menganalisis permasalahan yang sesuai dengan teori perilaku konsumen dan beberapa teori manajemen pemasaran khususnya

mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Analisis kuantitatifnya menggunakan rumus regresi linier berganda dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,117 yang berarti terdapat sumbangan sebesar 0,117 dari variabel bebas yaitu variabel kelas sosial, gaya hidup dan pembelajaran (X) terhadap variable terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Saran yang diberikan adalah sebaiknya perusahaan terus melakukan perbaikan dan inovasi terhadap produk yang sudah ada seperti mengenali bermacam keinginan dan kebutuhan konsumen dalam hal gaya, tampilan dan bentuk, lalu mengenali faktor- faktor apa yang mempengaruhi konsumen membeli produk *Blackberry* serta menyusun strategi pemasaran yang tepat seperti strategi promosi dan produk agar tidak kalah dengan produk pesaing di pasar *smartphone*.