

BAB II

GAMBARAN UMUM OPPO *SMARTPHONE* DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

Pada bab 2 ini menjelaskan mengenai gambaran umum OPPO Smartphone dan identifikasi responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, departemen, dan uang saku per bulan.

2.1 Sejarah Singkat *OPPO Smartphone*

OPPO adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan tercanggih di lebih dari 20 negara, termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. OPPO berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas. OPPO berusaha keras mengejar teknologi terkini, standar kualitas perangkat lunak tertinggi, dan mewujudkan pengalaman pengguna yang terbaik. Kami merancang, memproduksi, dan mempromosikan produk kami sendiri supaya pelanggan bisa mendapatkan produk yang paling andal dan canggih dari awal sampai akhir.

Sejak didirikan di tahun 2004, OPPO telah berusaha membawakan ideologi ini kepada para penggunanya di seluruh dunia. Setelah berhasil memasuki pasar ponsel di tahun 2008, OPPO mulai membentangkan sayapnya memasuki pasar internasional di tahun 2010 dan membuka bisnis global untuk pertama kalinya

pada bulan April 2010 di Thailand. Hari ini, OPPO sudah hadir di 21 pasar di seluruh dunia Smartphone itu lah yang melatar belakangi OPPO Electronic Corp, Ltd ikut andil dalam meramaikan pasar Smartphone. Mungkin banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang tidak tahu tentang Sejarah Perusahaan Oppo Electronic. OPPO Electronic Corp, Ltd pertama kali didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan, Guangdong, China. Sebelum merambah ke teknologi smartphone, OPPO memproduksi peralatan elektronik seperti MP3 Player, Portable Media Player, LCD TV, eBook, DVD, dan Disc Player. Barulah pada tahun 2008 OPPO mulai menggarap pasar Smartphone. Pada bulan April tahun 2013 ini OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum memasarkan produknya ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Amerika, Vietnam, Thailand, Rusia, dan Qatar. Sejak saat itu OPPO terus melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kualitas brandnya melalui iklan TV, Internet, Media Cetak dll. Produk Smartphone Unggulan OPPO yaitu, Oppo Find 5, Oppo Find Way U7015, dan OPPO Find Piano. Kisaran harga Smartphone OPPO yang beredar di pasar Indonesiasampai saat ini dari mulai 2 juta hingga 6 juta.

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.1

Logo Perusahaan



Sumber: www.oppo.com diakses tahun 2018

2.1.3 Visi dan Misi OPPO Smartphone

1. Visi OPPO Smartphone

“The art of technology” yang artinya seni dalam teknologi.

Oppo Smartphone merupakan gabungan SENI dan TEKNOLOGI yang cantik dan modern. Mulai dari aspek kualitas sampai estetika di setiap perangkat; sudut dan tepi, warna, semuanya didesain dengan canggih. Kami tidak hanya menciptakan perangkat yang sekedar cantik, namun juga sangat nyaman digunakan.

2. Misi OPPO Smartphone

1. OPPO SMARTPHONE senantiasa berusaha memberi kesan dan mengikat jiwa anak muda dengan desain yang elegan, penggunaan yang sempurna, pengembangan produk yang mementingkan pengguna, layanan berkualitas, dan yang paling penting, dedikasi kami dalam mengejar kesempurnaan.

2. OPPO SMARTPHONE senantiasa berinovasi dalam menciptakan handphone yang canggih dan indah sesuai kebutuhan masyarakat.
3. OPPO mengadopsi strategi rilis cepat untuk pengembangan smartphone, merilis pembaruan firmware juga membentangkan jangkauan dan servisnya di seluruh dunia.

2.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab antara fungsional dan personal dalam pengolahan suatu perusahaan. Struktur organisasi bertujuan untuk memberikan kepastian dalam garis wewenang, koordinasi dan pengawasan supaya gap dapat dicegah. Tujuan lain yaitu agar perencanaan anggaran menjadi lebih baik.

Sedangkan menurut Hasibuan (2010:128) struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Dengan mengetahui struktur organisasi dapat diperoleh gambaran-gambaran tentang bagian-bagian yang ada dalam suatu organisasi.

Penyusunan struktur organisasi merupakan langkah awal dalam memulai pelaksanaan kegiatan perusahaan dengan kata lain penyusunan struktur organisasi adalah langkah terencana dalam suatu perusahaan untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Bentuk-bentuk

Struktur Organisasi yang sering digunakan dalam organisasi dalam perusahaan pada umumnya terdiri dari 3 bentuk antara lain ;

1. Struktur Organisasi Fungsional (*Functional Structure Organization*)

Merupakan Struktur Organisasi yang paling umum digunakan oleh suatu organisasi. Pembagian kerja dalam bentuk Struktur Organisasi Fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti Keuangan, Produksi, Pemasaran dan Sumber daya Manusia.

2. Struktur Organisasi Divisional (*Divisional Structure Organization*)

Merupakan Struktur Organisasi yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar dan letak geografis. Organisasi bentuk Divisional ini biasanya diterapkan di perusahaan yang berskala menengah keatas, hal ini dikarenakan biaya operasional akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan bentuk Organisasi Fungsional.

3. Struktur Organisasi Matriks (*Matrix Structure Organization*)

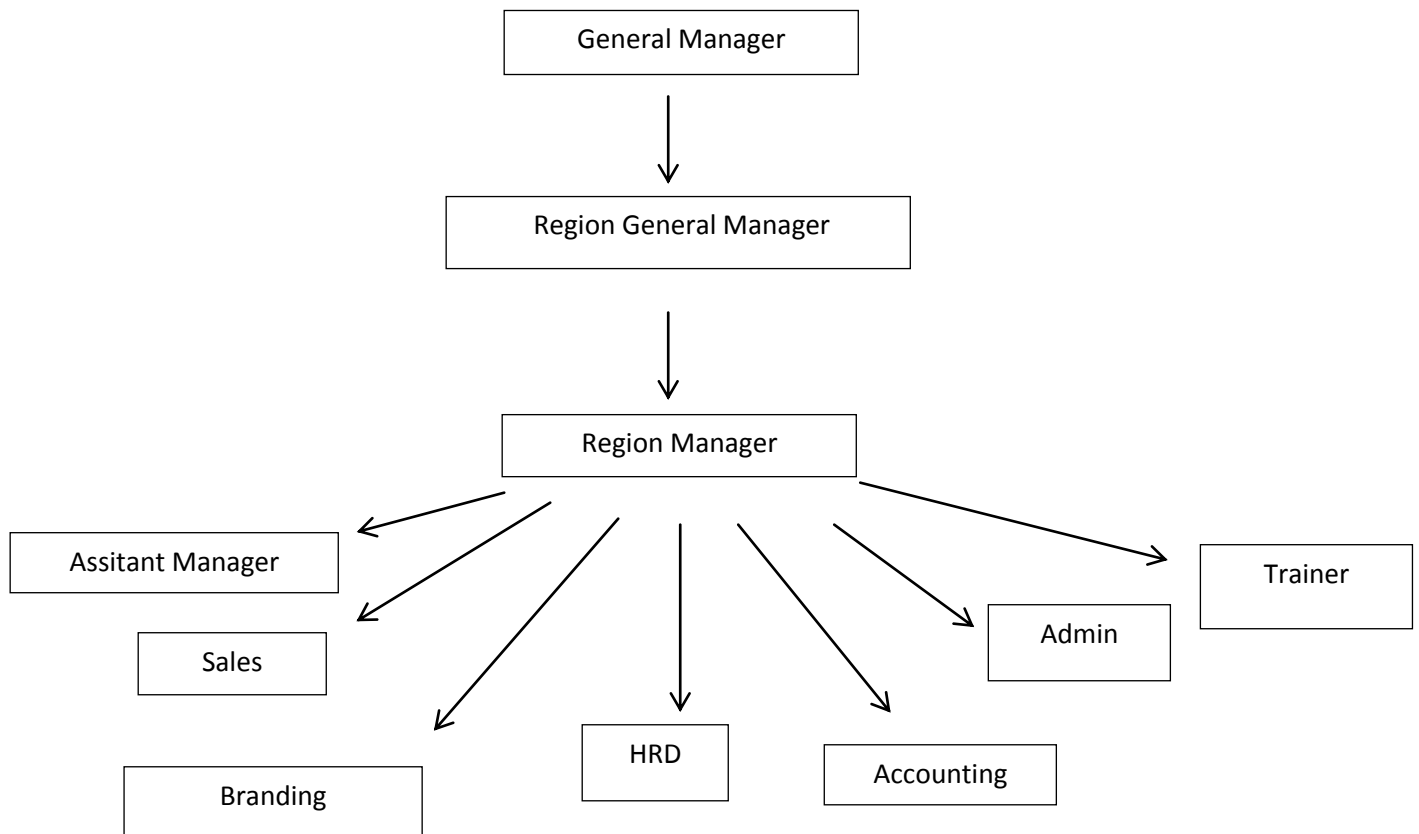
Merupakan kombinasi dari Struktur Organisasi Fungsional dan Struktur Organisasi Divisional dengan tujuan untuk menutupi kekurangan-kekurangan yang terdapat pada kedua bentuk Struktur Organisasi tersebut. Struktur Organisasi Matriks ini sering juga disebut dengan Struktur Organisasi Proyek karena karyawan yang berada di unit kerja fungsional juga harus mengerjakan kegiatan atau tugas proyek-proyek organisasi yang ditugaskan kepadanya.

Struktur Organisasi ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang berskala besar atau perusahaan-perusahaan multinasional.

Struktur yang digunakan oleh *OPPO Smartphone* adalah bentuk struktur organisasi matriks yang pada dasarnya merupakan kombinasi dari organisasi fungsional dan organisasi divisional. Asas kesatuan komando tetap dipertahankan dan pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dari pucuk pimpinan kepada pimpinan dibawahnya. Pucuk pimpinan tetap sepenuhnya berhak menetapkan keputusan, kebijaksanaan, dan merealisasikan tujuan perusahaan. Dalam membantu kelancaran tugas pimpinan, ia mendapat bantuan dari para staff. Tugas para staff hanya memberikan bantuan, pemikiran saran-saran, data, informasi, dan pelayanan kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan keputusan dan kebijaksanaannya.

Bentuk organisasi matriks mengambil kelebihan – kelebihan dari bentuk organisasi divisional seperti adanya pengawasan secara langsung, serta mengambil kelebihan-kelebihan dari organisasi fungsional seperti adanya spesialisasi kerja. Bentuk struktur organisasi inilah yang digunakan *OPPO Smartphone*. Bagan struktur organisasi *OPPO Smartphone* adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Struktur organisasi PT. *World Innovative Communication Semarang*



Sumber: PT. *World Innovative Telecommunication* tahun 2018

2.1.5 Deskripsi Pekerjaan (*Job Description*)

1. *General Manager*

Bertanggung jawab terhadap keberlangsungan jalannya perusahaan dibantu oleh *Region General Manager*.

2. *Region General Manager*

Bertanggung jawab terhadap keberlangsungan jalannya perusahaan di kantor cabang.

3. *Region Manager*

Bertanggung jawab dalam mengawasi dan mengatur jalannya perusahaan yang dia pimpin dan bertanggung jawab atas perkembangan perusahaan tersebut di kantor cabang.

a. *Assitant Manager*

Bertugas dalam membantu pihak *Region Manager*.

b. *Sales*

Memberikan pengarahan kepada *salesman* dan harus bisa bekerjasama kepada pihak ketiga dalam memasarkan produknya.

c. *HRD*

Bertugas dalam menangani, mengawasi, dan mengatur perkembangan produk dan bertanggung jawab pada customer.

d. *Accounting*

Mengatur keuangan dari masing-masing departemen dan mengatur pengeluaran biaya untuk biaya operasional sehari-hari.

e. Admin

Bertugas mencatat pemasukan dan pengeluaran uang perusahaan serta membuat berbagai macam surat sesuai dengan departemen masing-masing.

f. *Trainer*

Bertugas dalam memasarkan produk tersebut.

2.2 Jenis Produk OPPO *Smartphone*

OPPO *Smartphone* memiliki berbagai jenis produk telepon genggam. Pada tahun 2013, OPPO *Smartphone* memproduksi 3 tipe *smartphone*, yaitu OPPO Find 5, OPPO Find 5 Mini, dan OPPO N1. Tahun 2014, OPPO *Smartphone* memproduksi 10 tipe, yaitu OPPO R1, OPPO N1 Mini, OPPO Find Waym, OPPO Find Way S, OPPO Find Mirror, OPPO Mirror 3, OPPO Yoyo, OPPO Neo, OPPO Neo 3, dan OPPO N3. Tahun 2015, ada 12 tipe, yaitu OPPO Joy, OPPO R7 Lite, OPPO R7 Plus, OPPO R7s, OPPO Neo 5, OPPO Find 7a, OPPO Joy 3, OPPO Mirror 5, OPPO Joy Plus, OPPO R1x, OPPO Neo 7, dan OPPO R5. Tahun 2016, ada 8 tipe, yaitu OPPO F1, OPPO A37, OPPO F1 Plus, OPPO F1 Plus FCB Edition, OPPO F1s, OPPO Raisa Phone, OPPO A39, dan OPPO A38. Tahun 2017, ada 12 tipe, yaitu OPPO F1s (64GB ROM + 4GB RAM), OPPO F3 Plus, OPPO A57, OPPO F3, OPPO Reza Rahardian Phone, OPPO F3 FCB Limited Edition, OPPO F3 Red, OPPO F5, OPPO F5 64 GB, OPPO F5 Youth, OPPO F5 Dashing Blue, dan OPPO A71 3GB. Tahun 2018, ada 3 tipe, OPPO F7 Youth, OPPO F7, dan OPPO A71.

2.3 Universitas Diponegoro

2.3.1 Sejarah Singkat Universitas Diponegoro

Universitas Diponegoro didirikan pada pertengahan tahun 1956 dan diresmikan pada tanggal 9 Januari 1957. Masyarakat Jawa Tengah pada umumnya dan masyarakat Semarang khususnya, membutuhkan kehadiran sebuah universitas sebagai pelaksana pendidikan dan pengajaran tinggi. Tujuannya untuk membantu pemerintah dalam menangani dan melaksanakan pembangunan di segala bidang khususnya bidang pendidikan. Pada waktu itu di Provinsi Jawa Tengah dan Yogyakarta hanya memiliki Universitas Gadjah Mada yang berstatus sebagai universitas negeri. Sementara jumlah lulusan sekolah menengah atas di Jawa Tengah bagian utara yang akan melanjutkan pendidikan tinggi di universitas makin meningkat, namun karena masih sangat terbatasnya universitas yang ada, maka tidak semua lulusan dapat tertampung. Menyadari akan kebutuhan pendidikan tinggi yang semakin mendesak, kemudian dibentuk Yayasan Universitas Semarang dengan Akte Notaris R.M. Soeprapto No. 59 tanggal 4 Desember 1956 sebagai langkah awal didirikannya universitas di Semarang dengan nama Universitas Semarang yang secara resmi dibuka pada tanggal 9 Januari 1957, dengan Presiden Universitas yang pertama adalah Mr. Imam Bardjo.

Pada Dies Natalis ketiga Universitas Semarang pada tanggal 9 Januari 1960, Presiden Republik Indonesia, Ir. Soekarno mengganti nama Universitas Semarang menjadi Universitas Diponegoro. Perubahan nama ini merupakan

penghargaan terhadap Universitas Semarang atas prestasinya dalam pembinaan bidang pendidikan tinggi di Jawa Tengah. Keputusan Presiden ini kemudian dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 1961 dan Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan No 101247/UU tanggal 3 Desember 1960.

Keputusan tersebut berlaku surut mulai tanggal 15 Oktober 1957 dengan ketentuan tanggal tersebut ditetapkan sebagai Dies Natalis Undip mengingat pada tanggal tersebut terjadi “pertempuran lima hari” revolusi fisik di kota Semarang. UNDIP memilih tanggal ini untuk meneruskan cita-cita pejuang kemerdekaan bangsa dalam mengisi kemerdekaan dengan mencerdaskan bangsa. UNDIP adalah bentuk sumbangsih para penerus bangsa atas amanah yang ditinggalkan para pejuang kemerdekaan.

2.4 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

2.4.1 Sejarah Singkat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNDIP

Berdasarkan Peraturan pemerintah No 07 tahun 1961, Universitas Diponegoro di tetapkan sebagai Perguruan Tinggi Negeri mulai tanggal 15 Oktober 1960 (tanggal ini ditetapkan sebagai hari jadi Universitas Diponegoro). Adapun Fakultas yang ada pada saat itu adalah sebagai berikut:

1. Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat, terdiri dari 2 bagian:
 - b. Bagian Hukum

- c. Bagian Sosial Politik
- d. Fakultas Ekonomi
- e. Fakultas Teknik
- f. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Semarang dengan cabang di Surakarta.

Sebelum menjadi fakultas yang berdiri sendiri di lingkungan Universitas Diponegoro, Fakultas Sosial dan Politik telah mengalami perkembangan selama 12 (dua belas) tahun.

Pada hakekatnya embrio Fakultas Sosial dan Politik sudah ada sejak berdirinya Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat (FHPM) pada Universitas Semarang tanggal 1 Maret 1957; dan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 7 tahun 1961 tanggal 21 Maret 1961, tentang Pendirian Universitas Diponegoro Semarang, Akademi Administrasi Negara dimasukkan untuk sementara sebagai bagian Sosial dan Politik dalam lingkungan Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat.

Usaha-usaha untuk menjadikan Fakultas Sosial dan Politik berdiri sendiri sudah dimulai sejak tahun 1962 dengan membentuk “Panitia Persiapan Pembentukan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Diponegoro”, berdasarkan Surat Keputusan Pejabat Presiden Universitas Diponegoro No 28/c tanggal 6 Januari 1962 dengan susunan panitia sebagai berikut:

Ketua : Drs. Sukardjan Hadisutikno

Sekretaris : Drs. Fajar

Anggota : 1. Drs. Hartoyo | 2. M. Marsono

Dalam perkembangan selanjutnya, maka untuk mempercepat pendirian Fakultas Sosial dan Politik dibutuhkan masukan dan atau pemikiran yang lebih komprehensif. Untuk itu melalui Keputusan Pejabat Rektor Universitas Diponegoro No. 41/Skpt/SKJ/1968, tanggal 18 Agustus 1968. Panitia Persiapan Pembentukan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Diponegoro ditambah anggota. Selengkapnya susunan panitia menjadi:

Ketua : Drs. Sukardjan Hadisutikno

Sekretaris : Drs. Fajar

Anggota : 1. Drs. Hartoyo | 2. M. Marsono | 3. Drs. Soetomodradjat | 4. Drs. Kuncoro Hadi | 5. Satjipto Rahardjo, SH

Akhirnya cita-cita untuk mendirikan Fakultas yang berdiri sendiri itu dapat terwujud dengan diterbitkannya Keputusan Direktur Jendral Perguruan Tinggi No. 116 tahun 1968 tanggal 9 Desember 1968 tentang Pemecahan FHPM menjadi:

1. Fakultas Hukum.
2. Fakultas Sosial dan Politik, Terhitung mulai 1 Januari 1969 Fakultas Sosial Politik lahir dengan.
3. Jurusan yaitu: Administrasi Negara, Pemerintahan, dan Publisistik (sekarang Ilmu Komunikasi) Kemudian pada tahun 1970 dibuka Jurusan Administrasi Niaga.

Berdasarkan SK Rektor UNDIP No 08/SKPT09/1983 tanggal 6 Januari 1983 nama Fakultas Sosial dan Politik diubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Dengan Jurusan/Program Studi sebagai berikut:

1. Jurusan Ilmu Administrasi
 - a. Program Studi Administrasi Negara
 - b. Program Studi Administrasi Niaga
2. Jurusan Ilmu Pemerintahan
3. Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Jurusan MKDU

Pada perkembangannya Jurusan MKDU menjadi UPT-MKU sejak tahun 1995 dan akhirnya lepas dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik – UNDIP yang berada di bawah pembinaan Pembantu Rektor I. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan pemerataan memperoleh kesempatan belajar maka dengan:

1. SK Rektor No. 280/SK/PT07/1993 tanggal 27 Oktober 1993 dibuka program Reguler II untuk jurusan/Program Studi: Administrasi Negara, Administrasi Niaga, Ilmu Pemerintahan, dan Ilmu Komunikasi;
2. SK Dirjen Dikti No. 234/DIKTI/Kep/1997 tanggal 5 Agustus 1997 tentang pembentukan program studi D-III Ilmu Komunikasi;
3. Surat Dirjen DIKTI No. 1818/D/T/2001 tanggal 29 Mei 2001, tentang pemberian izin penyelenggaraan program studi D-III Pertanahan dan D-III Keuangan Daerah.

4. Surat Dirjen DIKTI No. 2361/D/T/2001 tanggal 11 Juli 2001, tentang pemberian izin penyelenggaraan program studi D.III Pemasaran;
5. Surat Dirjen DIKTI No. 3164/D/T/2005 tanggal 28 September 2005, tentang pemberian izin penyelenggaraan Program Studi D-III Administrasi Perkantoran dan Sekretaris.

Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 285/E/O/2011 tanggal 9 Desember 2011 tentang penyelenggaraan Program Studi Hubungan Internasional.

Dalam perkembangannya berdasarkan SK Rektor UNDIP No 609 Tahun 2011 program pascasarjana diintegrasikan di fakultas. Oleh karenanya FISIP Undip hingga tahun 2014 mengelola program pascasarjana yang meliputi:

1. Program Magister Ilmu Administrasi
2. Program Magister Ilmu Politik
3. Program Magister Ilmu Komunikasi
4. Program Doktor Administrasi Publik
5. Program Doktor Ilmu Sosial

2.4.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

A. Visi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Visi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro adalah **“Menjadi Fakultas Riset yang Unggul dalam Bidang Sosial dan Politik pada tahun 2020”**

B. Misi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Misi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro adalah:

1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional,
2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian yang unggul untuk pengembangan ilmu sosial dan ilmu politik,
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas pengabdian dengan memanfaatkan kompetensi keilmuan dan teknologi untuk pemberdayaan masyarakat,
4. Meningkatkan kuantitas dan kualitas jejaring nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

C. Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro bertujuan:

1. Mewujudkan lulusan yang kompeten di bidang politik, administrasi publik, administrasi bisnis, komunikasi, hubungan internasional.
2. Mewujudkan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha.
3. Mewujudkan kemampuan bersikap dan berperilaku etis dalam berkarya.
4. Mengembangkan program akademik dan nonakademik sesuai dengan perkembangan ipteks, kebutuhan dan tuntutan masyarakat.
5. Mengembangkan sistem informasi sesuai dengan perkembangan Ipteks.
6. Meningkatkan tata kelola fakultas yang profesional, kapabel, dan akuntabel.

D. Sasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

1. Terwujudnya kompetensi lulusan melalui peningkatan mutu pembelajaran dan keterlibatan para pemangku kepentingan (stakeholders) dalam berbagai kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat
2. Terwujudnya pelayanan dan penyelenggaraan kegiatan yang bermutu, di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat
3. Terwujudnya budaya akademik yang kondusif
4. Terwujudnya pemanfaatan sistem informasi pelayanan di berbagai bidang
5. Terwujudnya pelaksanaan tata kelola fakultas yang profesional, kapabel, dan akuntabel.

2.5 Identifikasi Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang dari latar belakang yang berbeda-beda ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, departemen, dan uang saku per bulan dari mahasiswa S1 FISIP UNDIP Semarang.

Data yang didapatkan ini diperlukan sebagai data pendukung dalam penelitian dan ditunjukkan untuk mengetahui latar belakang mengambil keputusan dalam pembelian *OPPO Smartphone*. Hasil yang diperoleh melalui kuesioner akan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi.

2.5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan suatu kelompok perbedaan bentuk dan sifat antara laki-laki dan perempuan secara biologis sejak seseorang dilahirkan. Berikut ini data mengenai identitas responden berdasarkan pada jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 2.1

Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	50	50%
Perempuan	50	50%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 2.1 yakni deskripsi responden yang berdasarkan pada jenis kelamin menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 50 orang atau 50% dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 50 orang atau 50%.

2.5.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Kematangan seseorang secara fisik maupun biologis dan mental dapat dilihat dari berbagai macam indikator yang mempengaruhinya salah satunya adalah usia. Usia merupakan salah satu faktor sosial yang sangat berpengaruh

terhadap aktivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan umur akan berpengaruh terhadap kemampuan kerja seseorang menjalankan aktivitasnya.

Usia merupakan kecenderungan seseorang dalam berpikir dan membentuk kedewasaan. Umur juga memengaruhi kematangan pemikiran seseorang dalam memilih atau menentukan pilihan. Usia merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Berikut ini disajikan data mengenai kelompok usia yang merupakan pengambil keputusan pembelian *OPPO Smartphone*:

Tabel 2.2
Presentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
19-20	37	37%
21-22	45	45%
23-24	18	18%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Data Tabel 2.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21 dan 22 tahun yakni sebesar 45 orang atau 45%, hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen yang membeli *OPPO Smartphone* adalah konsumen yang berusia 21 dan 22 tahun.

2.5.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Departemen

Departemen merupakan kegiatan belajar mengajar yang dilakukan oleh responden sesuai dengan jenis departemennya. Departemen yang dimaksud disini

adalah Administrasi Bisnis, Administrasi Publik, Hubungan Internasional, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Pemerintahan. Berikut data mengenai departemen responden yang ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 2.3

Presentase Responden Berdasarkan Departemen

Departemen	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Administrasi Bisnis	30	30%
Administrasi Publik	17	17%
Hubungan Internasional	18	18%
Ilmu Komunikasi	17	17%
Ilmu Pemerintahan	18	18%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Data tabel 2.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari Departemen Administrasi Bisnis yakni sebesar 30 orang atau 30%. Selanjutnya, Departemen Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi memiliki jumlah responden yang sama yakni 17 orang (17%). Departemen Hubungan Internasional dan Ilmu Pemerintahan memiliki jumlah responden yang sama pula yakni 18 orang (18%).

2.5.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Tingkat uang saku responden akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan daya beli mereka terhadap suatu produk / jasa tertentu. Data mengenai tingkat penghasilan responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.4
Presentase Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Uang Saku	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	20	20%
>Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	35	35%
>Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	32	32%
>Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	7	7%
>Rp 4.000.000	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 2.4 diatas bahwa mayoritas responden adalah yang memiliki uang saku per bulan pada kisaran Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 20 orang responden (20%). Responden yang memiliki uang saku per bulan > Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 35 orang responden (35%). Selanjutnya adalah responden yang memiliki uang saku per bulan pada kisaran > Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 32 orang responden atau 32%. Sementara responden dengan uang saku per bulan pada kisaran > Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 7 orang responden (7%). Terakhir yang paling sedikit responden dengan uang saku per bulan pada kisaran > Rp 4.000.000 sebanyak 6 orang responden (6%).