BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko jual beli handphone *second*, yang mana fokus pada dua objek, yaitu Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell yang terletak di Jl. Soekarno Hatta Gambar Wonodadi Blitar. Adapun yang diteliti adalah terkait perilaku konsumen dalam jual beli handphone *second* dan bagaimana teori konsumsi ekonomi Islam membahas tentang perilaku konsumen dalam jual beli handphone *second* tersebut. Alasan peneliti memilih Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell sebagai objek penelitian karena di antara sekian banyak toko handphone yang berjajaran di sekitar pasar Gambar tersebut, Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell adalah toko yang berdiri lebih dulu dan terlihat paling ramai dengan konsumen dari semua kalangan. Ke dua toko handphone tersebut tidak hanya menjual handphone *second* saja, melainkan berbagai merek handphone baru, perdana, pulsa *all operator*, segala macam asesoris handphone, dan sebagainya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang objek penelitian, peneliti akan mendeskripsikan secara singkat latar objek penelitian yakni Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell.

a. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Hisyam Cellular

Sejarah berdirinya toko jual beli handphone Hisyam Cellular berawal dari usaha jualan pulsa yang dikelola oleh Bapak Aziz (40 th) bersama istrinya Ibu Rahma (35 th). Beliau asli warga desa Gambar. Pada tahun 2010, Bapak Aziz berinisiatif membuka usaha toko handphone kecil-kecilan yang terletak di Jl. Soekarno Hatta Gambar Wonodadi Blitar. Karena melihat di sekitar yang masih jarang sekali toko handphone dan asesorisnya sedangkan handphone sudah mulai menjamur di tangan masyarakat. Otomatis banyak masyarakat yang membutuhkan perdana, pulsa dan asesoris handphone.

Bapak Aziz memulai usahanya dengan memberi nama tokonya "Hisyam Cellular" yang diambil dari nama putranya yakni Muhammad Hisyam Al-fariz. Dari awal berdiri toko tersebut, Bapak Aziz sudah menyediakan perdana, pulsa, beberapa asesoris handphone yang belum lengkap seperti sekarang, dan juga ada beberapa biji handphone *second*, itu pun masih dikelola sendiri karena belum mempunyai karyawan.

Dari hari ke hari tokonya semakin ramai dan omset yang dihasilkan pun lumayan cukup untuk merekrut karyawan dan menambah stok barang dagangan, seperti menyediakan asesoris handphone yang lengkap dan berbagai merek handphone baru. Hingga toko Hisyam

Cellular berkembang pesat sampai sekarang yang ramai dikunjungi konsumen dari semua kalangan.

Saat ini Bapak Aziz sudah mempunyai empat karyawan, di antaranya mas Ilham, mas Anwar, mas Andri dan mas Ipul. Di toko tersebut tidak ada struktur organisasi karena hanya milik pribadi dan semua karyawan berkedudukan sama. Hisyam Cellular sekarang juga menjadi dealer resmi handphone "*Oppo*", handphone android yang banyak digandrungi masyarakat masa kini, baik kalangan muda maupun tua[1].

2. Profil Niha NMC Cell

Sejarah berdirinya toko jual beli handphone Niha NMC Cell yang dikelola oleh mas Alfan Johari (30 th) sejak beliau masih muda. Sekitar tahun 2009 mas Alfan sudah memiliki bakat service handphone, kemudian dengan modal dari orang tuanya mas Alfan mendirikan toko jasa service handphone yang awalnya diberi nama "Alfan Cell" yang terletak di Jl Soekarno Hatta Gambar Wonodadi Blitar. Mas Alfan Johari juga asli warga desa Gambar. Selain menyediakan jasa service, tokonya juga dilengkapi dengan beberapa handphone *second*, sebagian asesoris handphone, perdana dan pulsa.

Dari hari ke hari omset yang dihasilkan semakin bertambah hingga mas Alfan berani memperluas tokonya dan menambah stok barang

[1] Hasil wawancara dengan Aziz, "Profil Hisyam Cellular Wonodadi Blitar", tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

dagangan seperti menyediakan berbagai merek handphone baru, berbagai macam asesoris handphone yang lengkap, perdana dan pulsa *all operator*. Semenjak mas Alfan menikah dan mempunyai anak yang bernama Niha, maka pada tahun 2013 toko yang pada mulanya dinamakan "Alfan Cell" berganti nama menjadi "Niha NMC Cell" yang saat ini sudah berkembang pesat menjadi toko handphone baru dan *second* serta melayani jasa service handphone yang banyak dikunjungi konsumen dari semua kalangan.

Saat ini mas Alfan sudah mempunyai dua karyawan dan dua karyawati. Di antaranya mas Ali dan mas Arik, yang keduanya juga ahli service elektronik termasuk handphone, dan dua karyawatinya yang bernama mbak Suci dan mbak Iffa, keduanya melayani konsumen yang hendak membeli handphone, asesoris, perdana, maupun pulsa. Niha NMC Cell sekarang ini juga menyediakan berbagai macam merek handphone android baik baru maupun *second* yang banyak dicari oleh semua kalangan terutama kalangn muda[2].

b. Data Informan

Setelah peneliti berkunjung ke objek penelitian yakni Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell yang terletak di Jl. Soekarno Hatta Gambar Wonodadi Blitar dan wawancara dengan pemilik toko tersebut, peneliti mulai mencari tahu konsumen sebagai informan yang sering berkunjung

[2] Hasil wawancara dengan Alfan Johari "Profil Niha NMC Cell Wonodadi Blitar", tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

dan pernah membeli handphone *second* ke Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell. Peneliti sempat bertanya ke pihak kerabat, tetangga, dan teman-teman kuliah yang rumahnya dekat dengan lokasi toko. Adapun data-data informan tertera di bawah ini:

1. Nama : Aziz
   Status Pekerjaan : Pengusaha Konter (Hisyam Cellular)
   Usia : 40 tahun
   Alamat : Jl. Soekarno Hatta Ds. Gambar Kec. Wonodadi
   Agama : Islam

2. Nama : Alfan Johari
   Status Pekerjaan : Pengusaha Konter (Niha NMC Cell)
   Usia : 30 tahun
   Alamat : Jl. Soekarno Hatta Ds. Gambar Kec. Wonodadi
   Agama : Islam

3. Nama : Ahmad Yusuf
   Status Pekerjaan : Pramuniaga
   Usia : 23 tahun
   Alamat : Dsn. Tumpangsari Ds. Pucung lor Kec. Ngantru
   Agama : Islam

4. Nama : Zain

   Status Pekerjaan : Mahasiswa

   Usia : 23 tahun

   Alamat : Ds. Kolomayan Kec. Wonodadi

   Agama : Islam

5. Nama : Indah Mei

   Status Pekerjaan : Mahasiswa

   Usia : 22 tahun

   Alamat : Ds. Kunir Kec. Wonodadi

   Agama : Islam

B. Temuan Peneliti

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian:

1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

Konsumen adalah pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan konsumsi. Dimana mereka membeli atau menggunakan suatu produk baik barang ataupun jasa. Dalam melakukan kegiatan atau aktivitasnya pasti akan nampak tentang perilaku yang dilakukannya, perilaku ini lebih dikenal dengan perilaku konsumen. Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan “perilaku yang

ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penggantian produk barang dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen"[3].

Terdapat beberapa prinsip dasar dalam analisis perilaku konsumen, seperti: kelangkaan dan terbatasnya pendapatan, konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat, setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain, dan konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (nilai rasa). Sebagaimana dari hasil wawancara dengan Bapak Aziz pemilik dari Hisyam Cellular menyatakan bahwa:

> *Konsumen yang datang ke sini terdiri dari berbagai kalangan, tidak sedikit dari mereka yang mencari handphone second. Sampai stok handphone second di toko kami telat-telat barangnya. Karena kami menjaga kualitas, tidak semua handphone second diterima di sini. Kalau kita asal menerima handphone tanpa melihat standart kualitasnya, bisa jadi yang beli/pelanggan akan kecewa dan nama (toko) kita juga akan jelek di mata konsumen nantinya. Sebagian besar konsumen mencari handphone second yang sesuai dengan budget mereka. Tetapi tidak mudah juga menyesuaikan budget dengan barang yang tersedia di toko kami, terkadang memang merek yang mereka cari barangnya telat dan langka. Dari situ konsumen menjatuhkan pilihan dengan membeli handphone yang tersedia yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan mereka tapi tetap tidak terlepas dari budget yang mereka miliki. Kebanyakan konsumen lebih mengutamakan memenuhi kebutuhan dari pada hanya mengikuti tren semata*[4].

Hampir sama dengan yang diungkapkan oleh mas Alfan Jauhari yang juga sebagai pemilik konter Niha NMC Cell:

---

[3] Al Muazin, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Bekas (Studi Pada Konsumen Sepatu Bekas Kendari Beach)*", (Kendari: Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo, 2017).

[4] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

> *Tidak sedikit dari konsumen datang ke toko kami yang mencari handphone second dengan alasan utama yaitu menyesuaikan budget mereka, tetapi mereka bisa mendapatkan handphone android maupun handphone jadul yang second dengan kualitas yang masih bagus, fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan bisa dimanfaatkan untuk komunikasi melalui berbagai macam media sosial yang dapat mereka unduh di handphone yang mereka beli meskipun sudah second. Tetapi terkadang konsumen mengalami kebingungan dalam menentukan merek handphone dan barang yang mereka cari jarang tersedia/langka. Sehingga konsumen harus menentukan pilihan meskipun tidak sesuai keinginan asalkan dapat memenuhi kebutuhan dan pas di budget mereka. Merek handphone second yang paling banyak laku penjualannya di toko kami adalah Samsung, Oppo, Xiaomi, dan berbagai merek handphone China lainnya*[5].

Dari hasil penelitian ini, sebagai pertimbangan konsumen handphone *second* dalam menentukan pilihan dengan terbatasnya pendapatan mereka sebagaimana yang diungkapkan oleh mas Yusuf yakni salah satu konsumen di Hisyam Cellular:

> *Memang awalnya saya berniat hendak membeli handphone second dengan pilihan merek yang saya inginkan dan harganya sesuai daya beli saya yang hanya sebagai pegawai toko. Saya datang ke Hisyam Cellular karena di sana saya percaya handphone second yang mereka pasarkan kualitasnya terjaga. Saya sebenarnya berkeinginan membeli iPhone 4 second yang harganya sekitar 1,2 jutaan tetapi barang jarang dipasaran sehingga saya menentukan pilihan dengan barang yang tersedia. Akhirnya saya menjatuhkan pilihan saya dengan membeli Samsung Galaxy J2 Prime bekas yang harganya 1,4 jutaan karena dengan pertimbangan spesifikasi dan fitur-fiturnya sesuai dengan yang saya butuhkan dalam membantu pekerjaan saya dan harganya cocok dengan budget*[6].

Hal serupa juga diungkapkan oleh mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen handphone *second* di Niha NMC Cell:

---

[5] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

[6] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

Saat saya hendak membeli handphone second saya harus mendapatkan yang sesuai dengan kebutuhan dan harganya juga tidak terlalu mahal. Saya juga menyadari bahwa terkadang yang kita inginkan tidak selalu tersedia, maka dari itu saya langsung mendatangi Niha NMC Cell dan melihat secara langsung handphone second apa saja yang tersedia. Di sana saya bisa menentukan pilihan dengan mempertimbangkan spesifikasi, fitur, dengan harganya yang sekiranya dapat saya jangkau. Samsung Galaxy Grand Prime Plus dengan spesifikasi dan fitur yang lumayan lengkap dapat membantu saya mengerjakan tugas-tugas kuliah dengan harga bekas 1 jutaan yang sesuai budget[7].

Untuk memenuhi kebutuhan atas alat komunikasi saya memilih untuk membeli handphone second yang harganya sesuai dengan kemampuan daya beli saya. Saya hendak ingin membeli Samsung Galaxy ACE 3, kebetulan untuk saat ini sudah jarang ditemui di pasaran kata penjual di Niha NMC Cell. Akhirnya saya memutuskan untuk membeli Xiaomi Redmi 3 second yang tersedia dengan harga 1,1 juta karena kualitas masih bagus, fitur-fiturnya sesuai dengan kebutuhan saya sebagai mahasiswa, serta harga juga masih mampu saya jangkau[8].

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa seseorang menentukan pilihan agar pengeluaran senantiasa berada di anggaran yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan yang konsumen butuhkan.

Dalam proses keputusan pembelian handphone *second* konsumen juga harus mampu membandingkan biaya dengan manfaat. Jika dua barang memberi manfaat yang sama, konsumen akan memilih yang biayanya lebih kecil. Di sisi lain, bila untuk memperoleh dua jenis barang dibutuhkan biaya yang sama, maka konsumen akan memilih barang yang

[7] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[8] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

memberi manfaat lebih besar. Sebagaimana yang dikatakan Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Harga handphone second yang dibanderol di toko kami (Hisyam Cellular) saya kira sudah sesuai dengan manfaat yang konsumen dapatkan. Tergantung merek handphone second apa yang dicari oleh konsumen. Karena setiap tipe memiliki harga dan spesifikasi yang berbeda-beda. Menurut pengamatan saya sebagai pihak penjual, kebanyakan dari konsumen memilih barang yang memberikan manfaat sesuai kebutuhan mereka dengan harga yang lebih kecil daripada harga yang tinggi tapi manfaatnya sama saja*[9].
>
> *Kebanyakan konsumen yang datang ke Niha NMC Cell mencari handphone second dengan memilih barang yang memberi manfaat lebih jika ada pilihan yang dibanderol dengan harga yang sama. Saya rasa harga yang kami tawarkan sudah sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen yang berbeda-beda tingkat kebutuhannya atas handphone second. Karena spesifikasi dan harga tiap merek handphone juga berbeda-beda sesuai tipenya*[10].

Berikut paparan yang hampir sama dari pihak konsumen, di antaranya mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah:

> *Saya membeli Samsung Galaxy J2 Prime bekas dengan harga 1,4 jutaan yang telah dibanderol oleh Hisyam Cellular dengan spesifikasi dan fitur yang lumayan lengkap sehingga memberikan manfaat yang cukup untuk membantu pekerjaan saya seperti mengirim laporan kepada atasan via online. Saya juga dapat menggunakan aplikasi lainnya yang tersedia sebagai media komunikasi yang memudahkan saya berhubungan dengan orang-orang terdekat*[11].
>
> *Harga handphone second yang ditawarkan oleh Niha NMC Cell sudah sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen. Seperti handphone Samsung Galaxy Grand Prime Plus yang saya beli di sana dengan spesifikasi dan fitur yang lumayan lengkap dapat membantu dan memudahkan saya mengerjakan tugas-tugas kuliah*

---

[9] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[10] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

[11] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

dengan harga bekas 1 jutaan yang sesuai budget. Karena manfaat yang dicari konsumen berbeda-beda, jadi harga juga menyesuaikan tingkat manfaatnya[12].

Banyak pilihan handphone second yang ditawarkan di Niha NMC Cell dengan tingkatan harga yang berbeda-beda. Ada beberapa handphone yang harganya sama tetapi spesifikasi dan fitur yang diberikan berbeda. Jadi saya memilih handphone yang manfaat dari spesifikasi dan fiturnya lebih besar untuk kebutuhan saya. Sehingga saya menjatuhkan pilihan pada Xiaomi Redmi 3 dengan harga second 1,1 juta. Menurut saya harga yang dibanderol di toko sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen[13].

Kesimpulan yang saya ambil dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa harga yang ditawarkan oleh Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell sudah sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen dalam pembelian handphone *second*. Hal ini terbukti oleh banyaknya konsumen yang datang ke toko tersebut.

Setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara. Seperti halnya dalam jual beli handphone *second* sebagaimana yang dinyatakan oleh Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

Tidak sedikit konsumen datang ke Hisyam Cellular untuk melakukan tukar tambah handphone second. Karena menurut analisa saya konsumen melakukan tukar tambah dengan tujuan meringankan biaya yang harus mereka keluarkan sehingga mereka memperoleh kepuasan lebih[14].

Dengan adanya kegiatan tukar tambah handphone second di toko kami (Niha NMC Cell), konsumen akan terbantu ketika mereka

---

[12] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[13] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

[14] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

hendak meng-upgrade handphone dengan hanya mengeluarkan biaya tambahan sedikit dan konsumen pun memperoleh kepuasan lebih. Karena konsumen bisa mengganti handphone sesuai keinginan melalui cara tukar tambah[15].

Hampir sama dengan yang diungkapakan mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell:

Dengan adanya substitusi barang yakni tukar tambah handphone second di Hisyam Cellular, saya sendiri memperoleh kepuasan lebih karena dapat meminimalisir anggaran yang harus saya keluarkan dan mendapatkan handphone yang lebih bagus dari segi spesifikasinya ketimbang handphone saya yang dulu[16].

Saya tertarik dengan kegiatan tukar tambah handphone second di Niha NMC Cell karena dengan hanya mengeluarkan biaya tambahan yang tidak banyak saya bisa meng-upgrade handphone agar kebutuhan saya atas alat komunikasi terpenuhi sehingga saya memperoleh kepuasan lebih dengan tersedianya barang substitusi tersebut[17].

Tukar tambah handphone second yang saya lakukan di Niha NMC Cell membuat saya memperoleh kepuasan lebih karena dapat membantu saya menghemat biaya, karena hanya mengeluarkan sedikit biaya tambahan tetapi saya bisa mendapatkan handphone lain yang lebih besar manfaatnya dari pada handphone yang saya miliki sebelumnya[18].

Dari paparan informan baik dari pihak penjual maupun konsumen di atas dapat diketahui bahwa dengan adanya barang substitusi, yakni tukar tambah handphone *second*, para konsumen telah memperoleh kepuasan lebih. Sesuai dengan pernyataan konsumen bahwa dengan

---

[15] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

[16] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

[17] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[18] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

adanya kegiatan tukar tambah handphone *second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell dapat membantu konsumen meminimalisir anggaran yang harus mereka keluarkan.

Prinsip dasar dari analisa perilaku konsumen berikutnya yaitu konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (nilai) rasa. Semakin banyak jumlah barang yang dikonsumsi, semakin kecil tambahan kepuasan yang dihasilkan. Berikut paparan dari Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Ada sebagian konsumen Hisyam Cellular yang membeli handphone second untuk sekedar memenuhi kebutuhannya karena keterbatasan biaya, tetapi mereka sangat menikmati manfaat yang didapatkan dan menerima apa adanya. Tetapi ada juga konsumen yang mudah bosan dengan handphone second yang mereka miliki. Karena dalam handphonenya hanya itu-itu saja. Kemudian mereka berinisiatif untuk mendownload berbagai aplikasi-aplikasi terbaru untuk mengurangi kebosanan, ada juga yang menghiasi handphone mereka dengan berbagai macam pernak-pernik asesoris*[19].
>
> *Banyak di antara konsumen yang datang ke Niha NMC Cell untuk membeli asesoris handphone dengan alasan mereka bosan menggunakan handphone second mereka yang isi dan luarnya yang begitu-begitu saja. Mereka segera mengambil berbagai macam tindakan seiring dengan berkurangnya nilai rasa dalam pembelian handphone second. Hal lain yang dilakukan konsumen yaitu seperti menambah aplikasi yang belum ada/terbaru*[20].

Hal senada juga disampaikan oleh mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell:

> *Saya orangnya mudah bosan, seperti halnya dalam pembelian handphone second, karena saya memakainya dalam jangka yang tidak pendek maka saya melengkapi handphone yang saya miliki*

[19] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[20] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

dengan mendownload game tebaru untuk mengurangi kebosanan saya terhadap handphone. Meskipun second setidaknya dapat saya isi dengan aplikasi yang bisa menghibur[21].

Pada waktu kosong saya lebih sering menggunakan handphone, karena handphone yang saya punya handphone second jadi jika isinya hanya begitu-begitu saja maka saya akan jenuh memakainya. Tindakan yang saya lakukan agar saya tidak mudah bosan saat memegang handphone maka saya isi berbagai aplikasi terbaru yang bermanfaat dan yang lebih penting dapat menghibur kejenuhan saya[22].

Karena saya perempuan, saya suka menghiasi handphone dengan berbagai pernak-pernik asesoris untuk meminimalisir berkurangnya nilai rasa dalam pembelian handphone second yang saya punya. Saya juga termasuk orang yang suka foto selfie jadi saya juga membeli Fish Eye untuk dipasang di smartphone agar hasil foto saya terlihat unik[23].

Dari penuturan yang diungkapkan informan di atas terbukti bahwa tidak sedikit di antara konsumen yang tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (nilai rasa) seiring dengan pembelian handphone *second* yang mereka gunakan dengan jangka waktu yang tidak pendek. Para konsumen melakukan tindakan dengan berbagai cara agar mereka tidak mudah bosan menggunakan handphone *second* yang mereka beli. Seperti melengkapi isi handphone dengan berbagai aplikasi dan *game* terbaru yang bermanfaat dan menghibur dan ada juga yang menghiasi handphone dengan berbagai macam pernak-pernik asesoris.

---

[21] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

[22] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[23] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

Tindakan-tindakan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, baik yang bersifat eksternal maupun internal konsumen itu sendiri. Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Setiadi, yaitu[24]:

1) Faktor-Faktor Kebudayaan, yang terdiri dari kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial.
2) Faktor-Faktor Sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial.
3) Pribadi, yang terdiri dari usia/umur, tahap daur hidup, jabatan/pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri[25].
4) Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

Faktor kebudayaan merupakan pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Kebudayaan adalah seperangkat nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh seseorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya.

Dalam penelitian ini faktor kebudayaan yang dibahas yaitu terkait pada umumnya masyarakat/konsumen membeli handphone *second* karena menyesuaikan daya beli mereka atau mengikuti tren pada masa kini.

[24] J. Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 11-15.
[25] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000).

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Masyarakat yang datang ke Hisyam Cellular pada umumnya lebih banyak membeli handphone second yang sesuai daya beli mereka ketimbang dengan yang suka handphone yang sedang tren pada masa kini. Banyak laku penjualannya di toko kami seperti handphone merek Samsung, Oppo, Xiaomi, Asus, dan sebagainya dengan harga berkisaran 1 sampai 2 juta untuk handphone second. Karena masyarakat yang membeli handphone second umumnya masyarakat menengah ke bawah*[26].
>
> *Konsumen di Niha NMC Cell lebih banyak berminat membeli handphone second yang sesuai daya beli mereka. Karena kelas soial masyarakat/konsumen handphone second di sini adalah masyarakat menengah ke bawah. Meskipun second menurut pengakuan mereka tetapi tidak kalah canggihnya dengan yang sedang tren. Merek Samsung, Oppo, Xiaomi, dan handphone China lainnya yang lebih banyak diburu konsumen dengan harga tidak lebih dari 2 juta untuk handphone second yang sudah canggih/berbasis android*[27].

Pendapat dari pihak penjual juga didukung dengan pernyataan beberapa konsumen berikut, seperti pengakuan dari mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell:

> *Saya membeli handphone bukan karena mengikuti tren, tapi saya lebih mengutamakan manfaat. Sehingga saya membeli handphone sesuai dengan daya beli saya yaitu Samsung Galaxy J2 Prime bekas yang harganya 1,4 jutaan yang saya dapatkan di Hisyam Cellular. Dengan harga yang dapat saya jangkau dan tidak kalah canggih dengan handphone yang sedang tren, ada kebanggaan tersendiri saya membelinya dengan hasil saya sendiri dari bekerja sebagai pegawai toko*[28].

---

[26] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[27] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

[28] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

Handphone bagi saya sudah seperti kebutuhan primer, karena saya seorang mahasiswa saya membelinya untuk mempermudah komunikasi dan mencari informasi terkait pendidikan saya. Jadi saya tidak memikirkan tren atau apalah itu, sehingga saya menyesuaikan dengan daya beli untuk memperoleh handphone. Saya tertarik membeli handphone second yang harganya lebih miring tetapi kualitasnya masih bagus, akhirnya saya mendapatkan Samsung Galaxy Grand Prime Plus dengan harga 1 jutaan di Niha NMC Cell[29].

Bagi seorang mahasiswa memiliki handphone canggih sangat membantu untuk kegiatan belajarnya. Seperti halnya saya, untuk mendapatkan handphone canggih tidak harus mengeluarkan banyak uang. Karena tingkat daya beli orang berbeda-beda. Di toko-toko handphone banyak yang menyediakan handphone second seperti di Niha NMC Cell. Saya tertarik dengan penawarannya yang sesuai dengan daya beli saya yaitu handphone Xiaomi Redmi 3 dengan harga second 1,1 juta[30].

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa kebudayaan/yang umum terjadi di masyarakat/konsumen Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell lebih banyak yang berminat membeli handphone *second* sesuai dengan daya beli mereka dari pada membeli handphone yang sedang tren pada masa kini. Karena mayoritas konsumen yang datang untuk membeli handphone *second* adalah masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Perilaku sosial konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran dan status sosial. Pada penelitian ini ditemukan pengaruh sosial dari pihak penjual berupa

[29] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[30] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

promosi yang diberikannya kepada konsumen. Sebagaimana yang diungkapkan Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Proses pemasaran biasa, promosi lewat banner yang terpasang dan kami pasarkan juga melalui jaringan pribadi, seperti whatsapp, bbm, line, facebook, dan sebagainya. Ada juga sebagian konsumen tertarik untuk membeli handphone second di Hisyam Cellular karena promosi secara langsung dari kami ketika mereka datang kemari. Konsumen datang kemari baik menawarkan atau membeli jika harga cocok akan terjadi kesepakatan jual beli. Pelanggan percaya dengan produk yang kami jual tidak akan mengecewakan mereka. Sebab kami selalu menjaga kualitas dengan melakukan pengecekan sebelum kami menerima handphone second dari pihak yang menjual dan sebelum handphone second tersebut sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan. Kami juga memberikan garansi untuk setiap penjualan handphone second selama 1 minggu. Tidak jarang pelanggan komplain di toko kami, seringkali permasalahannya terkait harga handphone yang dibeli jika lusa dikembalikan maka harga juga sudah turun lumayan banyak. Jadi kami tinggal menjelaskan dengan baik-baik kepada konsumen bahwasanya barang elektronik umumnya memang seperti itu*[31].
>
> *Niha NMC Cell memasarkan produknya melalui banner yang terpasang di beberapa tempat. Proses pemasaran juga dilakukan melalui media sosial seperti whatsapp, bbm, line, facebook, dan sebagainya. Bisa jadi konsumen tertarik dengan promosi yang kami berikan. Karena kami ingin membuat konsumen tidak hanya tertarik dengan barang yang kami pasarkan saja, melainkan juga percaya bahwa kami selalu menjaga kualitas barang. Pengecekan handphone second selalu kami lakukan agar pelanggan tidak kecewa di kemudian hari. Transaksi jual beli dilakukan dengan tawar menawar hingga cocok harga dan barangnya bagus maka terjadilah kesepakatan. Garansi juga kami berikan untuk setiap pembelian handphone second selama 1 minggu, dengan ketentuan apabila pembeli ingin menjual kembali maka harga pun sudah turun lagi. Terkadang konsumen juga komplain terkait hal tersebut, ada juga yang komplain karena barang datang telat. Solusi yang tepat untuk mengatasi pelanggan komplain yaitu dengan memberi penjelasan secara ramah karena pelayanan yang baik kami utamakan untuk konsumen*[32].

---

[31] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[32] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

Berikut juga dipaparkan oleh mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah terkait pengaruh promosi yang dilakukan Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell:

> *Dengan promosi yang dilakukan Hisyam Cellular melalui jejaring sosial seperti whatsapp, bbm. line, facebook dan sebagainya serta melalui banner yang terpasang sempat membuat saya tertarik dan terpengaruh hingga akhirnya saya langsung datang ke toko yang lokasinya tidak jauh dari rumah. Sampai sana saya dilayani dengan penjelasan yang ramah hingga saya memutuskan membeli handphone second di sana*[33].
>
> *Iklan/promosi yang diberikan pun cukup membuat para konsumen tertarik, salah satunya saya sendiri. Tanpa basa-basi saya langsung berkunjung ke Niha NMC Cell untuk melihat produknya dan terbukti iklan/promosi yang diberikan tidak hanya sekedar untuk daya tarik konsumen saja. Dengan penjual menjelaskan kualitas handphone second secara spesifik kepada saya, saya pun jadi percaya dengan produk di Niha NMC Cell ini dan akhirnya saya putuskan untuk membeli handphone second di sana*[34].
>
> *Menurut pendapat saya, promosi juga mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Tanpa adanya promosi konsumen tidak akan bisa mengetahui produk yang dipasarkan oleh pihak penjual. Karena dari pengalaman saya sendiri dalam membeli handphone second di Niha NMC Cell juga berawal dari promosi yang dilakukan toko tersebut*[35].

Dari hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell juga mempengaruhi konsumen dalam pembelian handphone *second*. Karena promosi yang diberikan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen. Promosi yang dilakukan di whatsapp, bbm,

---

[33] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

[34] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[35] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

line juga bisa dilakukan oleh pegawai toko yang tidak lain adalah teman, tetangga, bahkan keluarga dari konsumen.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Di sini peneliti meneliti terkait faktor usia. Berikut hasil wawancara oleh Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Konsumen handphone second di Hisyam Cellular terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan remaja, dewasa sampai orang tua. Dari berbagai kalangan tersebut seleranya juga berbeda-beda. Hampir dari semua kalangan saat ini yang dicari adalah handphone yang sudah berbasis android seperti Samsung, Oppo, Xiaomi, dan merek handphone China yang sedang booming pada saat ini. Tetapi tidak sedikit juga dari kalangan orang tua yang mencari handphone second seperti Nokia jadul*[36].
>
> *Meskipun handphone second tetapi banyak digemari oleh konsumen dari berbagai kalangan. Sebagian besar yang mencari handphone merek Samsung, Oppo, Sony adalah dari kalangan remaja hingga dewasa. Karena handphone dengan merek tersebut mempunyai spesifikasi tinggi yang diharapkan dapat memberi kepuasan untuk seusia remaja hingga dewasa. Sedangkan kalangan orang tua sebagian membutuhkan handphone sebagai alat komunikasi saja dengan membeli handphone China*[37].

Mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen juga memberikan pendapatnya:

> *Seumuran saya membeli handphone yang sudah second bukan hal yang buruk pastinya. Saya mencari handphone second karena saya tertarik meski dengan harga yang relatif murah tetapi kualitas masih bagus. Seperti Samsung Galaxy J2 Prime yang saya beli di*

[36] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[37] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

Hisyam Cellular ini memberikan spesifikasi yang lumayan lengkap untuk kalangan dewasa seperti saya[38].

Usia yang berbeda juga memiliki kebutuhan dan selera yang berbeda-beda. Samsung Galaxy Grand Prime Plus dari Niha NMC Cell ini membuat saya tertarik untuk memilikinya karena fitur yang diberikan cukup memuaskan untuk kalangan dewasa seperti saya meskipun sudah second[39].

Kalangan dewasa layaknya saya membutuhkan handphone yang tidak hanya bisa digunakan untuk telepon/sms saja. Melainkan bisa untuk komunikasi lewat media sosial dan juga pencarian informasi. Jadi handphone yang harus saya beli bukan sekedar handphone jadul tetapi handphone second yang sudah android. Jadi saya tertarik dengan Xiaomi Redmi 3 yang ditawarkan Niha NMC Cell[40].

Kesimpulan yang saya tarik dari kutipan wawancara dengan informan di atas membuktikan bahwa usia/umur juga mempengaruhi konsumen Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell dalam pembelian handphone *second*. Dari berbagai kalangan mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua mempunyai tingkatan kebutuhan, keinginan, serta kepuasan yang berbeda-beda. Sebagian besar kalangan remaja maupun dewasa mencari handphone yang android dengan spesifikasi yang cukup memuaskan untuk seumuran mereka. Tetapi untuk kalangan orang tua yang membeli handphone *second* sebagian lebih tertarik dengan handphone *second* yang cukup untuk media komunikasi saja.

---

[38] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

[39] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[40] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Dalam penelitian ini peneliti ingin menggali terkait motivasi dalam pembelian handphone *second*. Berikut penjelasan dari Bapak Aziz dan mas Alfan selaku pengusaha konter:

> *Dari sekian banyak konsumen handphone second yang datang ke Hisyam Cellular, sebagian dari mereka ada yang membeli dengan alasan ingin mengikuti tren handphone android, tetapi budget mereka hanya cukup untuk membeli handphone android yang second. Sebagian yang lain beralasan bahwa dengan harga yang lumayan miring mereka sudah bisa membeli handphone second yang kualitasnya masih bagus dan sesuai dengan kebutuhan mereka*[41].

> *Tidak sedikit konsumen yang datang ke Niha NMC Cell yang mencari handphone second dengan alasan utama yaitu menyesuaikan budget mereka, tetapi mereka bisa mendapatkan handphone android maupun handphone jadul yang second dengan kualitas yang masih bagus, fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan bisa dimanfaatkan untuk komunikasi melalui berbagai macam media sosial yang dapat mereka unduh di handphone yang mereka beli meskipun sudah second*[42].

Pernyataan yang hampir sama juga diungkapkan oleh mas Yusuf, mas Zain dan mbak Indah selaku konsumen handphone *second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell berikut ini:

> *Motivasi utama saya membeli handphone second di Hisyam Cellular karena dengan harga yang terjangkau, saya bisa mendapatkan handphone yang sesuai dengan kebutuhan saya dan kualitas barangnya masih bagus serta harganya juga sesuai dengan budget saya. Ada kebanggaan tersendiri bisa membeli handphone dengan hasil kerja saya sebagai pegawai toko meskipun second tetapi memberikan manfaat lebih. Karena selain*

---

[41] Hasil wawancara dengan Aziz, pemilik Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 10.30 WIB.

[42] Hasil wawancara dengan Alfan Johari, pemilik Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 08 Juni 2017, pukul 09.05 WIB.

saya gunakan sebagai alat komunikasi tetapi juga bisa saya gunakan untuk mendapatkan informasi dan media hiburan[43].

Saya membeli handphone second di Niha NMC Cell dengan alasan utama saya yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan atas alat komunikasi dan menggunakan dana yang terbatas. Karena saya lebih mementingkan maslahah dari pada gengsi. Jadi, meskipun handphone itu sudah second tapi kondisi masih bagus, tetap bermanfaat bagi saya. Dengan status saya sebagai mahasiswa, saya membeli handphone tidak hanya untuk komunikasi melainkan untuk mendapatkan informasi, media pendidikan yang dapat membantu saya mengerjakan tugas-tugas kuliah[44].

Saya membeli handphone second di Niha NMC Cell karena walaupun handphone second tetapi masih bisa digunakan dengan baik dan harganya lebih murah dibandingkan dengan handphone baru. Manfaat sangat saya utamakan dari pembelian handphone dan harganya sesuai kantong saya sebagai mahasiswa, dengan tabungan sendiri yang memberikan keberkahan bagi saya sehingga dapat membeli handphone second[45].

Dari penelitian terkait motivasi konsumen Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell dalam pembelian handphone *second* dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen membeli handphone *second* karena tertarik dengan harganya yang lebih miring tetapi kualitas tidak kalah dengan handphone baru yang memberikan manfaat dan kepuasan lebih. Karena para konsumen membeli handphone tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi melainkan, sebagai media edukasi, pencarian informasi dan juga sebagai media hiburan.

---

[43] Hasil wawancara dengan Ahmad Yusuf, konsumen Hisyam Cellular Wonodadi Blitar, tanggal 10 Juni 2017, pukul 14.25 WIB.

[44] Hasil wawancara dengan Zain, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 08.45 WIB.

[45] Hasil wawancara dengan Indah Mei, konsumen Niha NMC Cell Wonodadi Blitar, tanggal 12 Juni 2017, pukul 11.00 WIB.

Dari hasil penelitian tersebut juga diketahui bahwa para konsumen yang tidak lain adalah seorang muslim, maka mereka lebih meningkatkan *maslahah* yang diperolehnya dalam pembelian handphone *second*. Mereka membelinya sesuai dengan daya beli mereka, meskipun *second* tetapi bisa mendapatkan barang yang halal dan dari hasil yang halal pula. Sehingga keberkahan akan diperolehnya.

C. Analisis Data

1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa seseorang menentukan pilihan agar pengeluaran senantiasa berada di anggaran yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan yang konsumen butuhkan. Dibuktikan dengan pernyataan dari salah satu informan di Hisyam Cellular yang menyatakan bahwa tidak mudah menyesuaikan *budget* dengan barang yang tersedia di toko, maka dari itu konsumen lebih memilih untuk membeli handphone yang sesuai *budget* tetapi tetap sesuai juga dengan kebutuhan. Pernyataan yang hampir sama juga dinyatakan dari salah satu informan di Niha NMC Cell bahwa mereka juga menyadari handphone *second* dengan tipe yang diinginkan tidak selalu tersedia/langka dan pendapatan yang terbatas sehingga mereka harus menentukan pilihan dengan membeli handphone

second yang bisa mereka jangkau serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell sudah sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen dalam pembelian handphone *second*. Hal ini terbukti oleh banyaknya konsumen yang datang ke toko tersebut. Setiap tipe memiliki harga dan spesifikasi yang berbeda-beda. Sebagian besar dari konsumen memilih barang yang memberikan manfaat sesuai kebutuhan mereka dengan harga yang lebih kecil daripada harga yang tinggi tapi manfaatnya sama saja. Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell sama-sama membanderol harga handphone *second* sesuai spesifikasi. Karena setiap merek dan tipe handphone berbeda-beda, jadi harga yang ditawarkan juga sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.

Dari paparan informan baik dari pihak penjual maupun konsumen dapat diketahui bahwa dengan adanya barang substitusi, yakni tukar tambah handphone *second*, para konsumen telah memperoleh kepuasan lebih. Sesuai dengan pernyataan konsumen di Hisyam Cellular bahwa dengan adanya kegiatan tukar tambah handphone *second* dapat membantu mereka meminimalisir anggaran yang harus mereka keluarkan. Sama seperti yang dinyatakan konsumen di Niha NMC Cell, dengan adanya tukar tambah dapat membantu menghemat biaya, karena hanya mengeluarkan sedikit biaya tambahan tetapi konsumen bisa mendapatkan

handphone lain yang lebih besar manfaatnya dari pada handphone yang dimiliki sebelumnya.

Tidak sedikit di antara konsumen yang tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (nilai rasa) seiring dengan pembelian handphone *second* yang mereka gunakan dengan jangka waktu yang tidak pendek. Para konsumen di Hisyam Cellular melakukan tindakan dengan berbagai cara agar mereka tidak mudah bosan menggunakan handphone *second* yang mereka beli. Seperti melengkapi isi handphone dengan berbagai aplikasi dan *game* terbaru yang bermanfaat dan menghibur serta ada juga yang menghiasi handphone dengan berbagai macam pernak-pernik asesoris. Hal serupa juga dirasakan oleh konsumen di Niha NMC Cell, mereka segera mengambil berbagai macam tindakan seiring dengan berkurangnya nilai rasa dalam pembelian handphone *second*. Hal lain yang dilakukan konsumen yaitu seperti menambah aplikasi yang belum ada/terbaru.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

Dari hasil wawancara dengan informan di Hisyam Cellular, dapat diketahui bahwa kebudayaan/yang umum terjadi di masyarakat/konsumen lebih banyak membeli handphone *second* yang sesuai daya beli mereka ketimbang dengan yang suka handphone yang sedang tren pada masa kini.

Karena meskipun *second* tetapi tidak kalah canggihnya dengan yang sedang tren. Di Niha NMC Cell pun juga sama, konsumen lebih banyak yang berminat membeli handphone *second* sesuai dengan daya beli mereka karena mayoritas konsumen yang datang untuk membeli handphone *second* adalah masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Promosi yang dilakukan oleh Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell juga mempengaruhi konsumen dalam pembelian handphone *second*. Karena promosi yang diberikan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen. Promosi yang dilakukan di whatsapp, bbm, line juga bisa dilakukan oleh pegawai toko yang tidak lain adalah teman, tetangga, bahkan keluarga dari konsumen. Menurut pengakuan dari informan di Hisyam Cellular, dengan adanya promosi di berbagai media sosial maka akan menambah daya tarik konsumen. Niha NMC Cell juga melakukan hal yang sama, penjual menjelaskan kualitas handphone *second* secara spesifik melalui iklan/promosi yang diberikan, karena tujuannya tidak hanya sekedar untuk daya tarik konsumen saja, tetapi untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Faktor usia/umur juga mempengaruhi konsumen Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell dalam pembelian handphone *second*. Seperti penuturan dari informan di Hisyam Cellular, bahwa dari berbagai kalangan mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua mempunyai tingkatan kebutuhan, keinginan, serta kepuasan yang berbeda-beda. Sebagian besar kalangan remaja maupun dewasa mencari handphone

yang android dengan spesifikasi yang cukup memuaskan untuk seumuran mereka. Tetapi untuk kalangan orang tua yang membeli handphone *second* sebagian lebih tertarik dengan handphone *second* yang cukup untuk media komunikasi saja. Hal serupa juga dikatakan oleh informan di Niha NMC Cell, usia yang berbeda juga memiliki kebutuhan dan selera yang berbeda-beda. Misalnya saja kalangan dewasa, mereka membutuhkan handphone tidak hanya sekedar digunakan untuk telepon/sms saja. Melainkan bisa untuk komunikasi lewat media sosial dan juga pencarian informasi.

Dari penelitian terkait motivasi konsumen Hisyam Cellular dalam pembelian handphone *second* dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen membeli handphone *second* karena tertarik dengan harganya yang lebih miring tetapi kualitas tidak kalah dengan handphone baru yang memberikan manfaat dan kepuasan lebih. Karena para konsumen membeli handphone tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi melainkan, sebagai media edukasi, pencarian informasi dan juga sebagai media hiburan. Begitupun pernyataan dari informan Niha NMC Cell yang salah satunya adalah seorang mahasiswa, mereka termotivasi membeli handphone *second* android karena harganya sesuai dengan kantong mahasiswa dan bisa membantu mengerjakan tugas kuliah mereka.

Dari hasil penelitian tersebut juga diketahui bahwa para konsumen yang tidak lain adalah seorang muslim, maka mereka lebih meningkatkan *maslahah* yang diperolehnya dalam pembelian handphone *second*.

Mereka membelinya sesuai dengan daya beli mereka, meskipun *second* tetapi bisa mendapatkan barang yang halal dan dari hasil yang halal pula. Sehingga keberkahan akan diperolehnya.