

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup dengan berbagai kebutuhan hidup memerlukan wadah agar dapat membeli kebutuhan hidupnya sehari-hari. Selain itu, adanya kebutuhan masyarakat dan kondisi lingkungan yang meliputi berbagai hal seperti gaya hidup, ekonomi, sosial, politik dan budaya ikut mendorong sekaligus mempengaruhi munculnya inovasi baru. Hal ini tentu tidak lupa dari para pebisnis yang melihat peluang yang begitu besar untuk rancangan yang lebih modern atau kekinian tentunya. Hasilnya tumbuh hampir disetiap jalan seiring perkembangannya yang pesat. Dimana masyarakat yang menggunakan, terdapat kecenderungan orang membeli suatu produk atau barang bukan karena nilai manfaatnya, melainkan karena gaya hidup (life style), demi sebuah citra yang dimaksud dan digambarkan oleh iklan dan lewat televisi, tayangan sinetron, dan jenis media lainnya.

Seiring berjalannya waktu dengan perkembangan teknologi di dunia yang semakin canggih dan bertumbuh begitu pesat khususnya pada telepon seluler atau yang sekarang disebut smartphone. Dalam berkembangnya era transformasi menjadikan elektronik sebagai salah satu kebutuhan hidup yang harus terpenuhi, dengan bermacam-macam kecanggihan yang selalu menjadikan manusia untuk lebih mudah dalam melakukan berbagai aktivitas dan beberapa kebutuhan lain yang lebih penting dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Mereka yang mampu menguasai teknologi akan menjadi pemimpin dalam era reformasi yang canggih saat ini. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan yang ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis tidak kehabisan akal untuk berinovasi dalam mempertahankan para peminatnya. contohnya pada perusahaan vendor smartphone, mereka semakin berlomba-lomba untuk menciptakan teknologi yang semakin canggih. Para pengguna smartphone samsung di tanah air khususnya di ibu kota semakin meningkat. Hampir semua orang menentukan smartphone samsung sebagai pilihannya, dari orang kantoran, mahasiswa, hingga pelajar pun memakainya. Selain karena samsung merupakan produsen Smartphone terbaik saat ini, banyak hal juga yang mempengaruhi orang untuk menentukan pilihannya.

Fenomena gadget di kalangan remaja oleh Alexander Felix -- Berdasarkan fakta dari narasumber yang saya dapatkan Melati (bukan nama sebenarnya). Gadget merupakan barang yang sangat penting baginya, karena gadget bukan hanya dipakai sebagai alat komunikasi saja melainkan untuk mencari informasi dan sebagai sarana hiburan yang sangat menunjang aktifitasnya sehari-hari. Ia menambahkan bahwa banyak dampak negatif dan positif yang didapat dari gadget itu sendiri, Melati sudah mengenal gadget ketika ia berumur 4 tahun tepatnya ketika ia masih duduk dibangku TK. Dari hasil wawancara yang saya dapat, tidak dipungkiri gadget memang tidak dapat menjauhkan diri dari kehidupan sehari-hari, bahkan anak kecil pun sudah mengenal dan sudah bisa menggunakan gadget.

Fasilitas gadget dari media sosial juga mempunyai dampak negatif, media sosial yang paling sering digunakan para generasi muda saat ini adalah twitter, path dan instagram. Banyak sekali remaja yang memakai media sosial untuk mencurahkan hati atau sesuatu yang menurutnya harus di perlihatkan ke media sosial tanpa mempedulikan pengaruh yang akan timbul. Menggunakan media sosial menjadi sangat berisiko jika tidak disadari para orang tua. Beberapa dampak yang dapat ditimbulkan:

Pertama Menjadi pemalas dan lupa waktu, ketika remaja sudah kecanduan gadget dampak yang akan ditimbulkan yang pertama adalah tidak mengenal waktu seakan dunia milik sendiri sehingga yang semestinya belajar sekarang menghabiskan waktu hanya untuk gadget.

Kedua Pelecehan Online dan pembulian, Dampak yang dapat ditimbulkan dari pelecehan online seperti sengaja memakai media digital untuk berkomunikasi palsu, memalukan, atau bermusuhan informasi tentang orang lain.

Ketiga Sexting, sexting dapat di definisikan sebagai mengirim atau diposting foto atau video porno oleh orang yang tidak dikenal atau iklan terselubung.

Keempat Mengganggu kesehatan, penggunaan gadget yang tidak bijak alias berlebihan bisa berdampak buruk bagi kesehatan psikis dan jasmani. Dengan memakai gadget secara berlebihan seseorang dapat mengalami berbagai macam

gangguan, seperti gangguan pendengaran, penglihatan, dan dapat membuat seseorang menjadi susah untuk tidur. Gadget juga dapat membahayakan penyakit serius seperti kanker karena radiasi yang dikeluarkan gadget merupakan agen penyebab kanker seperti leukemia, kulit, tiroid, payudara dan kanker perut. (Sumber : *indonesiana.id*)

Permintaan pelanggan terhadap smartphone bertambah pesat setiap waktunya, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat. Cukup banyak perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan dengan menawarkan bermacam jenis produk smartphone yang sangat bervariasi, dan para produsen juga yang semakin kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya. Dengan bermacam-macam merk dan jenis smartphone berbeda yang diluncurkan dalam waktu yang singkat. Dengan semakin besar jumlahnya jenis smartphone yang ada di perusahaan smartphone harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang memberikan kepuasan bagi pemakai smartphone itu sendiri baik dari segi pengoperasiannya, kualitasnya, desainnya dan kelengkapan fiturnya sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Dalam pengambilan keputusan tersebut, konsumen akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya faktor Gaya Hidup, Persepsi Harga dan Promosi.

Banyaknya bermacam-macam merk smartphone berbasis android yang beredar di pasar Indonesia, menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar merk lainnya. Pasar indonesia cukup meyakinkan bagi setiap produsen alat komunikasi, terutama merk asal china yang kini banyak beredar. Hal ini dapat dilihat dari daftar market share dibawah ini.

Tabel 1.1 Top Five Smartphone Vendor In Q4 2018 di Indonesia

Company	2018Q4	2019Q1	2019Q2
Samsung	27.0%	31.8%	26.9%
OPPO	19.7%	23.2%	21.5%
vivo	11.8%	14.9%	17.0%
Xiaomi	20.7%	10.8%	16.8%
realme	1.6%	1.4%	6.1%
Others	19.2%	17.8%	11.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker 2019Q2 (For Internal Use Only)

Sumber : IDC Quartely Mobile Phone Tracker 2019Q2 (For Internal Use Only).

Tabel 1.1 diatas menunjukkan Samsung masih menempati posisi pertama vendor smartphone terbesar di Indonesia. Vendor Korea Selatan ini memperlebar jarak dengan vendor China yang mendominasi lima besar. Samsung meraih market share sebesar 27% di Tahun 2018. Pada di Tahun 2019 Samsung memperlebar jarak yang cukup signifikan yaitu 31,8% dari vendor smartphone lainnya,lalu diikuti oleh vendor lainnya seperti Oppo dengan 23,2%, Vivo 14,9%, Xiaomi 10,8%,Realme 1,4% dan lainnya.

Banyaknya bermacam-macam merek smartphone berbasis android yang beredar di pasar Indonesia, menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar merek lainnya. Pasar indonesia cukup meyakinkan bagi setiap produsen alat komunikasi, terutama merek asal china yang kini banyak beredar. Hal ini dapat dilihat dari daftar market share diatas.

Samsung adalah perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di Dunia dan merupakan ikon dari Samsung Group yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Samsung memulai sejarahnya pada tahun 1938 awalnya sebagai perusahaan trading, mengirimkan ikan kering dan buah-buahan dan didirikan oleh Lee Byung-Chul. Pertama kali Samsung mengeluarkan handphone pada dekade 90'an. Samsung Group mengeluarkan Mobile Phone (handphone) berawal mengikuti perkembangan jaman yang ternyata lumayan menarik pasar dunia. Mawston (2011: 17) mengatakan pertumbuhan Samsung yang mengesankan tersebut disebabkan oleh desain ponsel yang menarik, fitur yang canggih dan penggunaan sistem android serta jaringan distribusi yang luas secara global. Suatu bisnis pasti banyak produk lain yang memiliki jenis produk yang sejenis dengan

ponsel Samsung di antaranya Xiaomi, Oppo, I-Phone, dan lain-lain sebagai perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis. Menurut Sutisna dalam Heru Suprih hadi (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Menurut Kasali dalam Dwi Ilham (2014) gaya hidup adalah suatu pola konsumsi uang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal dan bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Mowen dan minor dalam Dwi Ilham (2014) mendefinisikan “gaya hidup adalah bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu”.

Persepsi Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh konsumen, dan manajer harus benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Pada kondisi tertentu sangat sensitif terhadap harga suatu produk yang relatif sangat tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013:206).

Selain Persepsi Harga, salah satu untuk membantu perusahaan dalam mengadakan komunikasi dengan konsumen adalah promosi dapat disampaikan informasi berupa pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan. Berikut adalah pengertian promosi menurut para ahli: Kotler dan Armstrong (2014:76) mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, Promotion refers to activities that communicate to merits of the product and persuade target customers to buy it. Rambat Lupiyoadi (2013:92) mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dan dikenal sebagai unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Promosi sangat diperlukan oleh perusahaan karena disatu pihak meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan, dipihak lain sangat menentukan suksesnya perusahaan

menghadapi persaingan di pasar. Menurut Kotler and Keller (2010:496) definisi promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Pengertian Keputusan Pembelian dilakukan konsumen dipengaruhi oleh banyak hal. Terdiri dari faktor internal dan eksternal. Strategi generik termasuk dalam faktor eksternal karena strategi generik merupakan usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *gaya hidup*, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara.

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung ?
4. Apakah gaya hidup, persepsi harga, promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone samsung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian smartphone samsung.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan gaya hidup, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Manfaat Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mengetahui gaya hidup, persepsi harga, promosi terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung.

2. Manfaat Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat tentang gaya hidup, persepsi harga, promosi terhadap keputusan pembelian smartphone android Samsung.

3. Manfaat Bagi Perusahaan Vendor

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan gaya hidup, persepsi harga, promosi terhadap produknya.