

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha saat ini semakin meningkat tajam, khususnya pada era globalisasi saat ini. Perusahaan berlomba-lomba untuk dapat terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis, salah satunya dalam bidang teknologi komunikasi.

Kebutuhan untuk memperoleh informasi yang cepat dan akurat membuat kemajuan teknologi berkembang dengan pesat. Salah satu jenis teknologi yang sedang digemari oleh masyarakat adalah ponsel pintar dan hampir setiap orang memiliki alat komunikasi tersebut.

Ponsel pintar (*smartphone*) adalah telpon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer¹.

Perkembangan pasar ponsel cerdas dunia begitu pesat akhir-akhir ini, tidak terkecuali dengan Indonesia. Bisnis *Smartphone* di Indonesia telah menunjukkan performa yang baik, yaitu terjadi peningkatan drastis pada pembelian *Smartphone*. Pada saat ini, *Smartphone* merupakan salah satu alat komunikasi yang dirasakan paling praktis penggunaannya, sehingga kebutuhan akan *Smartphone* merupakan suatu kebutuhan yang wajib dimiliki setiap orang.

¹Wikipedia.org, Pengertian Ponsel Cerdas, https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas (diakses pada tanggal 1 November 2016)

Perkembangan ini terjadi karena pada zaman sekarang ini hampir semua kalangan tidak mengenal batas umur, waktu, ruang dan status sosial baik anak-anak, remaja, orang tua, pebisnis, pedagang dan lain-lainnya sudah tidak bisa lepas lagi dari yang namanya teknologi tersebut, kebutuhan hidup untuk bisa selalu terhubung dengan sesama, bersosialisasi, prestise dan gengsi sudah merupakan suatu alasan.

Dasar akan arti pentingnya *smartphone* bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu, antar perusahaan satu dengan yang lainnya berusaha keras untuk menemukan dan memasarkan produk *smartphone* yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga berujung pada keputusan pembelian dan oleh sebab itu perusahaan selanjutnya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Bagi masyarakat menengah ke bawah, harga mungkin merupakan salah satu hal pertama yang dilihat ketika ingin melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Jika ingin membeli sebuah barang atau jasa, harga yang ditawarkan terbilang mahal, maka memungkinkan menyebabkan enggannya sebagian konsumen untuk membeli *smartphone* tersebut seperti halnya pada produk *smartphone* Samsung.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *smartphone* Samsung termasuk mahal apabila dibandingkan dengan *smartphone-smartphone* merek

lainnya. Oleh karena itulah, keputusan pembelian *smartphone* Samsung terbilang cukup rendah.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Setiap konsumen, tentunya menginginkan untuk memperoleh barang dengan kualitas produk yang terbaik ketika mereka membeli produk tertentu. Tetapi sayangnya, tidak semua produk yang ditawarkan dan dipasarkan di pasar memiliki kualitas produk terbaik, seperti halnya *smartphone* Samsung.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa walaupun model dan bentuk *smartphone* Samsung terlihat modis atau keren, tetapi kualitas produk dari *smartphone* ini kurang baik disebabkan oleh *smartphone* tersebut adakalanya tidak dapat difungsikan atau tiba-tiba ngehang (*error*) dan belum lagi belakangan ini ada banyak kasus *smartphone* Samsung yang sering meledak.

Kemudian berdasarkan portal *online* diketahui bahwa untuk anda pengguna Samsung *Galaxy Note 7*, sangat disarankan agar segera meninggalkan *smartphone* tersebut. Hal ini bahkan telah diamini oleh Samsung secara resmi, yang mengatakannya kepada pengguna lewat sebuah sikap menarik kembali *smartphone* baru yang digadang-gadang menuai sukses besar tahun ini tersebut. Vendor asal Korea Selatan itu telah mengumumkan, setidaknya ada 35 kasus yang terlampir secara global terkait masalah yang dialami oleh *Galaxy Note 7*

yang akan segera ditangani secara mendalam untuk bisa menyelesaikan permasalahan dari baterai *smartphone* bersertifikasi tahan air itu².

Kemudian faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi. Ada kalanya sebagai konsumen ketika akan memutuskan untuk membeli sebuah produk, rekomendasi atau saran dari orang terdekat, seperti keluarga dan sahabat lebih dipertimbangkan, sehingga kelompok referensi mungkin dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa pada umumnya, mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, sebagaian besar dari mereka membeli *smartphone Iphone* karena teman-temannya mengatakan *Iphone* lebih bagus daripada Samsung. Oleh karena itulah, mahasiswa memutuskan untuk lebih membeli *smartphone Iphone* yang sama dengan teman-teman kelas atau teman bermainnya, sehingga menyebabkan keputusan pembelian *smartphone* Samsung rendah.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* ialah gaya hidup. Demam pemakaian *smartphone* di Indonesia kian merebak, kemanapun mata memandang kita pasti menemukan seseorang yang sedang asik

²<http://www.gadgetgan.com/mengapa-smartphone-samsung-galaxy-note-7-meledak-ini-penjelasan-samsung/32940/> (diakses pada 1 November 2016)

memainkan *smartphonenya*, apapun mereknya. Hal lain yang menyebabkan maraknya pemakaian *smartphone* adalah disebabkan oleh karena masyarakat Indonesia itu sendiri yang mungkin ingin terlihat trendi, khususnya dimata teman-temannya.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa menurut mereka mengikuti gaya hidup yang sedang *trand* adalah penting, oleh karena itu, memiliki *smartphone Iphone* lebih bergaya keren dibandingkan produk *smartphone* Samsung disebabkan fitur produk, desain dan sebagainya dari *Iphone* menurut mereka lebih baik dari *smartphone* Samsung.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, kualitas produk, kelompok referensi dan gaya hidup.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Harga yang mahal.
2. Kualitas produk yang tidak baik.
3. Kelompok referensi yang kurang baik.
4. Gaya hidup yang tidak sesuai.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “hubungan antara kelompok referensi dan gaya hidup dengan keputusan pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian?

2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang dan penelitian ini untuk menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya hubungan antara kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

3. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

4. Perusahaan

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian

ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian.