

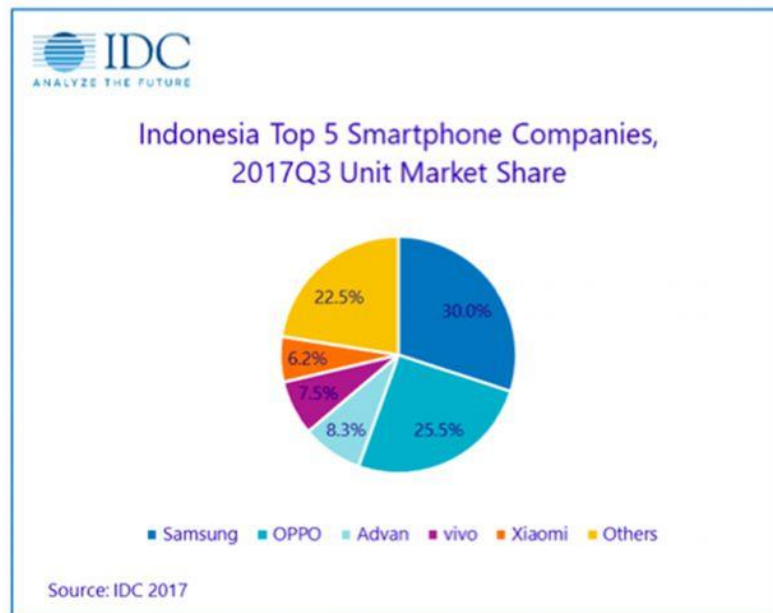
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin berkembang dengan pesatnya. Perkembangan pesat dalam bidang teknologi ini seakan membuat setiap orang tidak terikat oleh batas-batas negara atau wilayah dan waktu, setiap individu maupun kelompok dapat bertukar informasi kapan saja dan dimana saja melalui media informasi yang disediakan oleh teknologi.

Teknologi telah berubah mengikuti perkembangan zaman dari waktu ke waktu. Perusahaan juga turut serta dalam pengembangan dan pemasaran produk teknologi komunikasi yang diciptakan. Dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan pesaingnya dengan menerapkan strategi yang tepat dalam memasarkan produk yang dimiliki. Teknologi komunikasi kini hadir dalam bentuk media komunikasi yaitu *smartphone*. *Smartphone* atau telepon pintar ini telah berkembang dengan pesat. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa jenis *smartphone* yang menjadi incaran para konsumen.



Sumber : [www.kompas.com](http://www.kompas.com)

### Gambar I. Diagram Riset IDC Indonesia Top 5 Smartphone Companies

Lembaga riset IDC merilis laporan pasar *smartphone* di Indonesia pada kuartal II-2017, diketahui bahwa “Samsung bercokol di urutan teratas dengan pangsa pasar sebesar 30 persen. Di bawah Samsung, menyusul Oppo dengan raihan pangsa pasar 25,5 persen. pangsa pasar Oppo mengalami peningkatan dibandingkan kuartal III-2016 yang tercatat sebesar 16,7 persen.”<sup>1</sup>

Samsung merupakan salah satu produk *smartphone* yang dicari oleh konsumen Indonesia. Namun, dari sekian banyak produk *smartphone* di Indonesia, produk Samsung memiliki cukup banyak masalah bagi para

<sup>1</sup><http://tekno.kompas.com/read/2017/11/23/08410067/daftar-5-besar-merek-smartphone-diindonesia> diakses pada tanggal 15 Februari 2018 pukul 19.11 WIB

konsumennya dibanding pesaingnya seperti *smartphone* Oppo, Advan, Xiaomi, Appel ataupun Asus. Seperti yang dilansir dari *portal online* bahwa dari hasil *survey* yang dilakukan *Blanco Technology Group* menghasilkan data bahwa 85 persen *smartphone* yang banyak mengalami masalah adalah *smartphone* dengan *platform Android*.

“Yang pertama adalah merek ternama Samsung. Samsung mendominasi daftar *smartphone* yang paling banyak dikeluhkan karena bermasalah dengan total keluhan 27 persen.”<sup>2</sup>Samsung adalah *vendor* yang menghadirkan beragam *smartphone* untuk berbagai kelas. Samsung Seri *Galaxy*, yaitu *Galaxy Note 7* mengalami masalah meledak. Selain itu, jajaran *smartphone* Samsung yang bermasalah, yaitu khususnya pada varian *smartphone* lama dan *smartphone entry level* yang hanya dibekali spesifikasi pas-pasan untuk menekan harga jualnya, sehingga mungkin mempengaruhi keputusan pembelian Samsung pada akhirnya. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* adalah atribut produk. Atribut produk sebuah *smartphone* dapat dilihat dari fitur-fitur yang dimilikinya. Setiap *smartphone* memiliki keunggulan pada setiap aplikasinya. *Software* pada *smartphone* menjadi pertimbangan karena konsumen sangat menyukai *smartphone* yang dilengkapi fitur-fitur yang canggih, serta mutu yang dimiliki oleh

---

<sup>2</sup><http://www.netralnews.com/news/teknologi/read/112747/daftar.merek.smartphone.yang.paling.banyak.dikeluhkan> diakses pada 15 Februari 2018 pukul 19.39 WIB

*smartphone*. Jika ingin membeli sebuah *smartphone*, kurangnya kelengkapan atribut yang canggih, maka memungkinkan menyebabkan enggan sebagian konsumen untuk membeli *smartphone* tersebut seperti halnya *smartphone* Samsung.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *smartphone* Samsung termasuk *smartphone* yang belum memiliki kelengkapan atribut produk bila dibandingkan dengan *smartphone* merek lainnya ataupun Asus. Oleh karena itu, mahasiswa tersebut lebih memilih untuk membeli *smartphone* Asus dibandingkan *smartphone* Samsung. Serta sebab itu, keputusan pembelian *smartphone* Samsung cukup rendah.

Kemudian, berdasarkan informasi yang diperoleh dari *portal online* diketahui walaupun dibuat dengan teknologi canggih plus beragam fitur keren, tetapi tidak membuat Samsung seri *Galaxy* yaitu produk Samsung Galaxy S8 terhindar dari masalah. Kurang lengkapnya daya pendukung *smartphone*, “Bahkan tak sedikit pengguna melaporkan keluhannya melalui berbagai forum. Setidaknya terjadi 7 masalah bagi pengguna Samsung *Galaxy* S8.”<sup>3</sup> Adapun masalah yang dijumpai dalam *Smartphone* Samsung adalah layar kemerahan, *wifi* bermasalah, *wireless charging* tidak bekerja, tampilan aplikasi terpotong, suara *speaker* berubah setelah terendam air, *smartphone freeze*, dan bodi belakang mudah pecah.

---

<sup>3</sup><https://www.droidlime.com/artikel/7-masalah-yang-terjadi-pada-samsung-galaxy-s8.html> diakses pada 15 Februari 2018 pukul 21.10 WIB

Menurut Al Khoirutunnisa dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh atribut produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada *smartphone* asus, “Variabel dominan yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen adalah atribut merek. Atribut produk (merek, harga, kualitas, dan desain) dan proses keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Asus dapat dikategorikan baik.”<sup>4</sup> Kemudian, menurut Sri Padmantlyo dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh atribut produk, gaya hidup dan celebrity endorser terhadap pembelian *smartphone* di Surakarta. “Atribut-atribut produk, seperti kualitas, desain, harga dan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.”<sup>5</sup> Hal tersebut menjadi penyebab pada rendahnya keputusan pembelian produk *smartphone*.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Pemakaian *smartphone* yang terus mengikuti tuntunan zaman. Tidak terlepas dari keinginan konsumen yang mungkin ingin terlihat bergaya dengan mengikuti perkembangan yang ada saat bersama teman-teman maupun lingkungan aktivitasnya.

Berdasarkan survei awal peneliti lakukan melalui wawancara pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa menggunakan *smartphone* menjadi penunjang aktivitas mereka, serta agar terlihat *stylish*. *Smartphone* menjadi salah satu

---

<sup>4</sup>Al Khoirutunnisa Titis dan Shinta Dhewi, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Smartphone* Asus”, Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 21, No.1, Maret 2016, ISSN 0853-7283, e-ISSN 2526-0503

<sup>5</sup>Sri Padmantlyo dan Lilis Tri Handayani, “Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup dan Celebrity Endorser terhadap Pembelian *Smartphone* di Surakarta”, The 6th University Research Colloquium 2017 Universitas Muhammadiyah Magelang, ISSN 2407-9189

pilihan dalam penggunaannya. *Smartphone* samsung tidak sesuai dengan gaya hidup tersebut.

*SmartphoneApple* merupakan salah satu produk *smartphone* terkenal di dunia. Kemudian, berdasarkan *portal online*, bahwa mengikuti perkembangan *gadget* merupakan keharusan dalam memenuhi gaya hidup modern. “*Apple* menjadi salah satu vendor raksasa yang sudah diakui menjadi otak di balik kemajuan teknologi *smartphone* masa kini. Kini *smartphone* generasi baru mereka lahir lewat *duo iPhone 8* dan *iPhone 8 Plus*.”<sup>6</sup>

*Apple* memaparkan bahwa produknya memiliki kecanggihan dalam desain yang elegan, sehingga mudah digenggam, *display* yang menawan yang memanjakan mata, kamera yang menangkap *moment* dengan baik, dapur pacu paling cerdas dikelasnya dan keunggulan dalam sistem operasi. Kemudian, menurut Meriyana Dhamayanti Rachman dalam penelitiannya yang berjudul faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone (iPhone)*. “Variabel gaya hidup secara parsial atau terpisah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian”<sup>7</sup>

Faktor yang ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* berperan sebagai *brand ambassador* yang mengenalkan produknya pada khalayak luas. Tingkat

---

<sup>6</sup><https://www.merdeka.com/teknologi/mengulik-teknologi-smartphone-generasi-baru-lewat-iphone-8-iphone-8-plus.html> diakses pada 16 Februari 2018 pukul 14.00 WIB

<sup>7</sup>Meriyana Dhamayanti Rachman1 dan Yohanes Ferry Cahaya, “*Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone (iPhone)*”, Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, Vol 2, No. 2, Tahun 2015, ISSN 2355-9543, ISSN Online 2460-3775

popularitas yang tinggi dari *celebrity* dengan mudah mungkin dapat menarik konsumen untuk membeli, serta menggunakan produk *smartphone*.

Berdasarkan survei awal peneliti lakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *celebrity* endorser pada *smartphone* samsung tidak banyak seterkenal *smartphone* lainnya. Sehingga, mungkin tidak menarik konsumen untuk membeli dibandingkan produk *smartphone* lainnya.

Kemudian menurut Portal Online, produk *smartphone* asus memilih selebriti asal korea, yaitu Gong Yoo. Selebriti yang terkenal dengan film dan drama koreanya tersebut disambut baik oleh para *fans*-nya. “Asus juga menilai Gong Yoo sebagai orang yang berhati lembut dan kepribadian yang hangat. Oleh karenanya, Asus yakin aktor pemeran Goblin itu bisa menginspirasi *fans*-nya untuk menggunakan *Zenfone 4*.”<sup>8</sup>

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi. Keluarga, teman ataupun kelompok sosial merupakan bagian dari kelompok referensi. Kelompok referensi seringkali membantu dalam memberikan informasi terkait produk. Tentunya dengan berbagai informasi ataupun pengalaman yang dimiliki, yang mungkin mampu mengarahkan hingga mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan membeli *smartphone*. Dalam membeli produk, seseorang

---

<sup>8</sup><http://tekno.liputan6.com/read/3061965/ini-alasan-asus-pilih-gong-yoo-jadi-brand-ambassador> diakses pada 17 Februari 2018 pukul 09.30 WIB

mungkin akan lebih percaya bila mendengar langsung atau pun berdasarkan testimoni dari orang terdekat.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diketahui bahwa dalam membeli produk *smartphone* mereka lebih banyak direkomendasikan oleh teman-temannya. Teman-temannya merekomendasikan produk *smartphone* yang sejenis dengan Samsung, namun dengan harga yang lebih terjangkau seperti Oppo, Vivo, Xiaomi, ataupun Asus menjadi pilihan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu atribut produk, gaya hidup, *celebrity endorser* dan kelompok referensi.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung yang terjadi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Tidak lengkapnya atribut produk.
2. Tidak sesuai dengan gaya hidup.



3. Tidak menariknya *celebrity endorser*.
4. Tidak direkomendasikan oleh kelompok referensi.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi di atas, dapat diketahui masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, dan ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti, yaitu hanya pada masalah “Hubungan antara atribut produk dan gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

## E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

### 1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa depan, yaitu ketika nantinya akan bekerja di suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini juga untuk menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara atribut produk dan gaya hidup dengan keputusan pembelian.

### 2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa depan, juga untuk menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Hasil dari penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya mengenai hubungan antara atribut produk dan gaya hidup dengan keputusan pembelian.

### 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan atribut produk yang lebih lengkap. Selain itu, dengan mengetahui hasil penelitian ini, perusahaan diharapkan dapat mendorong terciptanya keputusan pembelian.

### 4. Pembaca

Sebagai sumber referensi dan rekomendasi dalam pembelian produk *smartphone*. Serta menambah wawasan mengenai pentingnya

atribut produk dan gaya hidup dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.