

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dekade ini persaingan dunia usaha semakin meningkat tajam. Khususnya di bidang komunikasi, persaingan yang tajam di bidang komunikasi memaksa perusahaan untuk berinovasi agar tetap dapat eksis dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan perusahaan komunikasi adalah teknologi komunikasi.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Salah satu teknologi yang dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi adalah telepon pintar. Ponsel pintar (*smart phone*) adalah telepon genggam yang bekerja menggunakan saluran perangkat lunak sebagai sistem operasinya yang memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyetupai computer.

Jika pada zaman dahulu berkomunikasi jarak jauh sulit dilakukan dan prosesnya lama. Sekarang sudah ada ponsel pintar yang merupakan salah satu alat komunikasi yang praktis. Perubahan ini terjadi karena pada era globalisasi ini semua kalangan tidak mengenal batas umur, waktu dan status sosial, baik anak-anak sampai orang tua, dari pengusaha maupun karyawan dan lain-lainnya tidak lepas dari yang namanya teknologi, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari komunikasi, bersosialisasi,

prestise dan gengsi, karena itu posel pintar merupakan kebutuhan yang penting bagi kehidupan masyarakat.

Keputusan pembelian merupakan faktor penting bagi pengguna dalam memilih produk yang di inginkan, termasuk dalam memilih produk *smart phone*. Di Indonesia sendiri keputusan pembelian ponsel pintar sangatlah tinggi. Persaingan yang terjadi antara produsen *smart phone* seperti Iphone, Samsung, Oppo, Vivo, Xiomi, dan lainnya membuat produsen tidak hanya memperhatikan fitur dari produknya tapi juga memberikan pelayanan purna jual yang terbaik untuk konsumennya. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab produsen terhadap produk yang di buatnya¹.

Agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan usaha adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Oleh karna itu antara perusahaan dan pesaingnya berlomba-lomba berinovasi untuk memasarkan produk ponsel pintar yang di butuhkan untuk pelanggan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Gaya Hidup.

Seiring dengan perkembangan zaman jumlah penggunaan smartphone di Indonesia mengalami peningkatan. Kemanapun orang beraktivitas pasti di situ ada smartphone yang menemaninya, apapun mereknya. Selain itu penyebab pengguna smartphone di Indonesia meningkat adalah mungkin

¹<https://www.tabloidpulsa.co.id/news/34201-layanan-purna-jual-lg-jadi-yang-terbaik-tahun-ini> (diakses pada tanggal 19 Februari 2018)

masyarakat Indonesia ingin mengikuti trend yang ada dan tidak mau kalah dari orang-orang di sekitarnya.

Gaya hidup menjadi faktor yang diperhitungkan, karena Samsung dinilai sebagai smartphone yang trendi sehingga banyak menjadi pilihan masyarakat. Namun, dibandingkan merek smartphone lainnya, Samsung memiliki fitur – fitur yang sudah tidak sesuai dengan gaya hidup masyarakat pada saat ini. Smartphone merek lain menawarkan produk ponsel yang lebih modern dan canggih, sehingga gaya hidup dalam menggunakan smartphone Samsung menjadi semakin rendah. Dengan demikian gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian².

Kemudian berdasarkan portal online dapat di ketahui bahwa, 4 orang pelajar memiliki gaya hidup yang tinggi dengan ekonomi yang tidak memadai nekat mencuri uang di warung sebanyak 4,8 juta untuk membeli *smart phone*³.

Hal yang mempengaruhi keputusan pembelian lainnya adalah kelompok referensi. Adanya informasi dari kelompok referensi memberikan andil besar dalam pengambilan keputusan pada seseorang yang ingin membeli sebuah produk. Teman, sahabat bahkan teman kerja ataupun kelompok sosial lainnya merupakan bagian dari kelompok referensi yang biasanya memberikan informasi mengenai sebuah produk yang akan dibeli. Selain memberikan informasi, kelompok referensi tidak jarang memberikan pernyataan-

² Mohamad Rizal Dinggon, et al, *Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorsement dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado*, ISSN 2303-11, 2015 hal 1370-1382

³ <http://www.solopos.com/2018/02/20/pencurian-ponorogo-4-pelajar-di-sambit-nekat-curi-uang-untuk-beli-smartphone-895980/>(Diakses pada tanggal 24 Februari 2018)

pernyataan yang mengarahkan seseorang atau membujuk seseorang untuk membeli sebuah produk. Orang tentu akan lebih yakin dalam membeli sebuah produk apabila telah melihat atau mendengar langsung rekomendasi maupun saran dari orang terdekat seperti keluarga, kerabat, teman dan sahabat yang telah lebih dulu membeli dan merasa puas dengan produk tersebut.

Berdasarkan *survey* awal dan wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan fakta bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta lebih sering mendapatkan bujukan untuk membeli *smartphone* dari vendor China seperti *Oppo*, *Vivo* maupun *Xiomi* daripada *Samsung*. Teman-teman mereka lebih merekomendasi merek lain karena dinilai kualitas produknya hampir sebanding dengan *Samsung* dan harganya pun jauh lebih terjangkau daripada *Samsung*.

Hal ini tentu menjadi masalah besar untuk *Samsung* dalam menjangkau konsumennya. Karena menurut Cindy Liffie Maleke yang disampaikan pada penelitiannya dan dituangkan pada jurnal yang berjudul Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera dimana hasilnya menunjukkan “bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian”⁴.

Selanjutnya yang menjadi faktor keputusan pembelian, yaitu pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual adalah layanan yang diberikan oleh produsen

⁴ Cindy Liffie Maleke, “*Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera*”, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 551-561, ISSN 2303-1174 .

untuk menjamin bahwa produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen dapat digunakan sesuai dengan kinerja yang ditawarkan dan bila terdapat masalah atas unit itu konsumen berhak untuk mendapatkan jasa atau layanan perbaikan secara maksimal. Karena adanya jaminan inilah konsumen menjadikan dasar pertimbangan dalam memutuskan pembelian sebuah produk, terlebih untuk sebuah *smartphone*.

Opini tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Meutia mengemukakan bahwa, “Layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Asus Smartphone* di kota Kuala Simpang”⁵.

Menduduki peringkat teratas pada jajaran 5 besar *smartphone* di Indonesia bukan berarti *Samsung* sama sekali tidak memiliki permasalahan sepanjang kiprah bisnisnya. Seperti yang belum lama ini terjadi, *Samsung* harus menelan pil pahit jelang akhir 2016 akibat adanya laporan beruntun mengenai ledakan *Galaxy Note 7*. Kejadian tersebut hanya berselang kurang dari satu bulan sejak *Note 7* diluncurkan secara resmi pada Agustus lalu.⁶ Akibat insiden tersebut, selain kerugian finansial *Samsung* juga harus mengalami penurunan citra merek⁷.

⁵Rahmi Meutia, Pengaruh *Brand Extension*, *Kualitas Produk*, dan *Layanan Purna Jual* terhadap Keputusan Pembelian *Asus Smartphone* di Kota Kuala Simpang, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6 No. 1 Mei 2017, *ISSN*: 2252-844X (Aceh: Fakultas Ekonomi Universitas Samudra), h. 700

⁶Ervina Angraeni, Samsung Minta Maaf Baterai Jadi Penyebab Masalah *Note 7*, 2017 (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170123095945-185-188173/Samsung-minta-maaf-baterai-jadi-penyebab-masalah-note-7>). Diakses pada tanggal 6 Januari 2018.

⁷Fatimah Kartini Bohang, Samsung Janji Pemusnahan *Galaxy Note 7* Tidak Akan Rusak Lingkungan, 2016, (<http://tekno.kompas.com/read/2016/11/04/12109007/Samsung.janji.pemusnahan.galaxy.note.7.tidak.akan.rusak.lingkungan>) Diakses pada tanggal 6 Januari 2018.

Masih berkaitan dengan insiden tersebut, pelayanan purna jual *Samsung* pun terkena imbasnya. Pelayanan purna jual *smartphone Samsung* dianggap kurang efektif dengan dilakukannya penarikan unit yang bermasalah kemudian diganti dengan unit baru dianggap tidak menyelesaikan masalah⁸. Konsumen menginginkan jaminan yang pasti bahwa insiden serupa tidak akan terjadi lagi.

Saat peluncuran konsumen *Galaxy S7* dan *S7 Edge*, Vebbyna Kaunang, *Marketing Director Samsung Electronics Indonesia* berkata, "Kami tidak hanya menjual spesifikasi, kami menawarkan *full-experience*"⁹.

Pengalaman yang dimaksud salah satunya adalah layanan purna jual. Inilah yang akan menjadi nilai lebih bagi *Samsung*, jika dibandingkan dengan *vendor-vendor smartphone* lainnya. Namun tampaknya *Samsung* masih belum dapat memberikan pelayanan seperti yang mereka janjikan¹⁰. Pasalnya seorang konsumen *Samsung* mengeluhkan selama 3 minggu tidak adanya *update* dari pihak *service center Samsung* terkait *Samsung Edge S7* miliknya yang bermasalah pada *Liquid Crystal Display (LCD)* tidak lama setelah pembelian. Pihak *service center* memberikan tanggapan bahwa menunggu *approval* untuk pergantian unit selama 30 hari kedepan. Hal tersebut yang membuat kekecewaan pada konsumen, penanganan yang lamban dan tidak adanya *update status service* kepada konsumen.

⁸*Ibid.*

⁹Ellavie Ichlasa Amalia, Konsumen Keluhkan Kualitas Service Center Samsung Indonesia, 2016 (<http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/akW4174K-konsumen-keluhkan-kualitas-service-center-Samsung-indonesia>) Diakses pada tanggal 7 Februari 2018.

¹⁰*Ibid.*

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti, layanan purna jual *service center Samsung* juga dikeluhkan oleh mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yaitu saudari Nabila Safira. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan saudari Nabila Safira, ia mengeluhkan tentang lambatnya pelayanan *Samsung service center ITC Roxy Mas* yang hampir 1 bulan menangani kerusakan pada *speaker* di *smartphone* nya. Saudari Nabila berpendapat bahwa permasalahan yang ia alami akan mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone Samsung* dikemudian hari.

Berdasarkan penjelasan dari masalah-masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya keputusan pembelian *smartphone* samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di urutkan di atas, maka dapat di identifikasikan beberapa masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Gaya hidup yang kurang baik.
2. Kelompok referensi yang kurang baik.
3. Layanan purna jual yang tidak baik.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah kebutuhan keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun karena pembatasan pengetahuan penelitian serta ruang lingkup yang cukup luas maka penelitian membatasi masalah yang akan diteliti pada masalah “Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Layanan Purna Jual Dengan Keputusan Pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apa terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian?
2. Apa terdapat hubungan positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

A. 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.

B. 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.

C. Perpustakaan

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

D. 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.