#### **BABI**

#### **PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi pada saat ini memberikan pengaruh yang besar bagi dunia industri, salah satunya adalah industri komunikasi, untuk melakukan suatu kontak tidak perlu dilakukan dengan harus bertatap muka langsung, melainkan kita bisa menggunakan beberapa macam media. Seperti misalnya telepon, saat perkembangan teknologi semakin pesat, perkembangan telepon sebagai alat komunikasi pun semakin canggih, misalnya dalam bentuk telepon seluler yang memberikan beberapa kemudahan bagi penggunanya.

Perkembangan merek handphone di Indonesia relatif cukup baik dan dinamis, baik untuk produk lokal maupun Internasional. Salah satu fenomena yang menarik perhatian dunia adalah pertumbuhan telekomunikasi yang lebih canggih, sehingga mendorong untuk terciptanya produk smartphone. Seiring dengan perkembangan zaman, maka kebutuhan manusia untuk melakukan telekomunikasi sudah dapat dianggap menjadi kebutuhan utama. Hal ini dikarenakan dengan adanya telekomunikasi dapat mempermudah dan menghemat sumber daya bagi manusia untuk melakukan interaksi sosial. Seperti telekomunikasi, yang seharusnya berjauhan dapat dirasakan dekat dan pertukaran informasi juga akan berlangsung lebih cepat. Dibantu dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi maka manusia juga dihadapkan pada kebutuhan telekomunikasi yang lebih kompleks.

Perusahaan Apple merupakan salah satu perusahaan terbesar di dunia yang menyediakan Handphone. Disamping memperhatikan performance produk yang meliputi design dan ergonomisitas Apple juga memiliki berbagai macam jenis telepon komunikasi yang telah di produksi, mulai dari Macbook, iPhone, iPod, iPad, iMac, ataupun Mac mini. Kelebihan dari produk apple sendiri ialah memiliki design yang unik, elegan, tipis, ringan dan bisa

menggunakan banyak aplikasi yang menarik. Karena itulah produk apple menjadi benar-benar istimewa di kalangan masyarakat setiap kali perusahaan Apple meluncurkan produk - produk versi terbarunya, dengan semakin banyaknya produk Handphone yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen Handphone untuk mengetahui pola pembeliannya.

Banyak perusahaan yang berusaha menyaingi perusahaan Apple saat ini. Bahkan perusahaan pesaing terdekat seperti Oppo, Huawei dan Vivo pun masih berusaha agar bisa mengalahkan tingkat penjualan dan posisi citra merek yang tinggi di bandingkan dengan Apple. Berikut ini ditampilkan data penjualan dan *market share* beberapa produsen *smartphone* di Indonesia.

Tabel 1.1 Data Penjualan Handphone tahun 2016-2017

Vendor	2016/ Juta Unit	2016 Market Share (%)	2017/ Juta Unit	2017 Market Share (%)
Samsung	306.446,6	20,5	321.263,3	20,9
Apple	216.064,0	14,4	214.924,4	14.0
Huawei	132.824,9	8,9	150.534,3	9,8
Oppo	85.299,5	5,7	112.124,0	7,1
Vivo	72.408,6	4,8	99.684,8	6,6
Lainnya	682.915,3	45,7	638.004,7	41,5
Total	1.495.959,0	100,0	1.536.535,5	100.0

Sumber: m.detik.com. 05 Januari 2018, pukul 15:43 WIB

Berdasarkan tabel 1.1, *Apple* pada dua tahun terakhir berada di urutan kedua dengan total penjualan mencapai 430 juta unit, diantara kelimanya, hanya Apple yang mengalami penurunan penjualan bila 2016 mereka bisa menjual 216 juta unit, tahun 2017 menurun jadi 214 juta unit, walaupun penurunan ini tidak begitu berdampak pada pangsa pasar mereka. Di tahun 2018, meski masih memuncaki posisi pertama, Samsung justru dilaporkan kehilangan 0,3 persen pangsa pasar dan pertumbuhannya disebut melamban. Vendor Korea Selatan tersebut cukup tertekan dengan persaingan vendor asal China, seperti

Vivo dan Oppo. Di posisi kedua juga masih ditempati Apple, seperti kuartal sebelumnya, vendor asal Cupertino, AS tersebut meraih estimasi pangsa pasar sebesar 14,1 hasil ini naik 0,4 dari periode yang sama tahun lalu berkat tingginya permintaan iPhone X, iPhone 8 dan iPhone 8 Plus (https://tekno.kompas.com) *16 Oktober 2018 Pukul 20:10 WIB*.

Berhasilnya perusahaan dalam menghadapi persaingan akan menimbulkan datangnya permintaan produk yang dipasarkan. Bertambahnya permintaan ini karena strategi yang digunakan perusahaan Apple berhasil membangun citra merek produk yang baik dimata konsumen, namun persaingan tersebut tidak membuat handphone Apple berhenti berinovasi dengan bentuk, desain, dan fitur yang ditawarkan agar konsumen dapat merasa puas dan nyaman dalam menggunakannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi meningkatnya market share dan penjualannya Handphone Apple adalah perusahaan handphone apple sangat memperhatikan perilaku konsumennya yaitu gaya hidup, handphone Apple dibenak konsumen adalah salah satu merek handphone yang cukup mahal sehingga konsumen yang menggunakan handphone apple diharapkan dapat meningkatkan status sosial, peneliti melakukan pra survey di 10 toko handphone yang ada di Bandar lampung :

Tabel 1.2 Hasil Prasurvey Penelitian Toko Handphone di Bandar Lampung

No.	Nama Toko	Persentase Penjualan Tertinggi
1	Pasadena	Samsung (24%)
2	Erafone	Apple (25%)
3	Oke Shop	Apple (23%)
4	Sentra Ponsel	Samsung (20%)
5	King Store	Apple (30%)
6	Jogjacom Cell	Apple (27%)
7	Global Teleshop	Apple (24%)
8	Viedhi Cell	Samsung (25%)
9	Mr. Bean Selular	Xiao Mi (23%)
10	Andromart	Xiao Mi (22%)

Sumber: Hasil Prasurvey Penelitian (2018)

Berdasarkan Tabel 1.2 Diketahui bahwa dari 10 toko handphone yang ada di Bandar Lampung, terdapat 5 toko dengan tingkat penjualan Handphone Apple tertinggi, terdapat 3 toko dengan penjualan Handphone Samsung tertinggi, dan terdapat 2 toko dengan penjualan Handphone Xiao Mi tertinggi. Berdasarkan hasil prasurvey tersebut para penguna handphone Apple membeli tidak lagi memperhatikan kubutuhan, kualitas produk, harga, fungsi produk, merek dan desain atau konsumen tidak memperhatikan lagi kualitas pembelian dan mengabaikan rasionalitas keputusan pembelian. Fenomena tersebut dapat diketahui arah perkembangan media teknologi komunikasi saat ini, terlebih mengenai bagaimana sebuah penemuan teknologi baru yang juga ikut mendorong perkembangan desain produk yang kemudian dilemparkan ke pasar dan pada akhirnya dapat berubah menjadi sebuah tawaran gaya hidup.

Gaya hidup (*lifestyle*) menurut Kotler dan Keller (2009, p.175) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi "seorang secara utuh" dengan lingkungannya. Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola dimana konsumen menghabiskan waktu dan uangnya dimana dalam penelitian ini waktu dan uang konsumen digunakan untuk telepon pintar. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktifitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, berlibur, dan belanja serta *interest* (minat) terdiri dari fashion, media, keluarga, lingkungan, trend dan juga *opinion* (opini) terdiri dari produk, kepribadian, pendidikan, ekonomi, budaya. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Menurut Nugroho J. Setiadi (2011, p.148) perilaku konsumen dapat diamati atau diukur dengan system AIO (*Activity*, *Interest*, *Opinion*).

Dilihat dari *Activity* (Kegiatan), Handphone Apple saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, dapat dilihat, jika kita sedang di mall ataupun di tempat-tempat keramaian lainnya orang-orang terus sibuk dengan Handphonenya, ada yang sedang *chatting* dengan menggunakan handphone

Apple-nya, ada yang sedang update status Facebook, Instagram, Twitter dan masih banyak lagi. Jika dilihat dari *Interest* (minat), masyarakat yang tinggi terhadap pembelian produk handphone bermerek Apple. Dengan motif gengsi dan juga memiliki *Operating System* andalan yakni IOS (iPhone OS) yang kini tengah menjadi trend dan menimbulkan budaya konsumtif yang tak akan pernah habisnya pada masyarakat masa kini. Dan dari Opinion (pendapat), dalam mengikuti perkembangan teknologi pada kalangan masyarakat sekarang ini banyak orang-orang tertarik untuk menggunakan handphone Apple. Selain handphone Apple memberikan manfaat sebagai alat komunikasi, dan mempunyai *Operating System* yang berbeda dengan Android, masyarakat juga dapat memanfaatkan sebagai alat untuk eksis di dunia maya. Penggunaan handphone Apple sekarang ini sudah menjadi trend di seluruh kalangan masyarakat. Handphone Apple dijadikan gaya hidup oleh orang-orang dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan handphone Apple di wilayah Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dengan telah dilakukannya Prasurvey kepada masyarakat Bandar Lampung.

Tabel 1.3 Hasil Prasurvey Penelitian Konsumen Handphone Apple di Bandar Lampung

No	Faktor Konsumen Membeli Handphone Apple	Jumlah	Persentase (%)
1	Kualitas Produk	2	10
2	Gaya Hidup	8	40
3	Citra Merek	2	10
4	Citra Perusahaan	3	15
5	Desain Produk	5	25
Jumlah		20	100

Sumber: Hasil Prasurvey Penelitian (2018)

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa dari 20 orang diperoleh sebanyak 2 Responden (10%) menjawab Kualitas Produk sebagai faktor dalam membeli Handphone Apple, sebanyak 8 Responden (40%) menjawab Gaya Hidup sebagai faktor dalam membeli Handph one Apple, sebanyak 2 Responden

menjawab Citra Merek sebagai faktor dalam membeli Handphone Apple, sebanyak 3 Responden (15%) menjawab citra perusahaan sebagai faktor dalam membeli Handphone Apple, sebanyak 5 Responden (25%) menjawab desain produk sebagai faktor dalam membeli Handphone Apple. Berdasarkan hasil pra survey didapatkan hasil bahwa mereka membeli Handphone Apple didasarkan gaya hidup anggapan konsumen bahwa Handphone bukan hanya sekedar kebutuhan akan tetapi dapat meningkatkan status sosial.

Berdasarkan fenomena yang telah di uraikan menarik untuk di teliti yaitu para penguna handphone Apple membeli tidak lagi memperhatikan kubutuhan, kualitas produk, harga, fungsi produk, merek dan desain atau konsumen tidak memperhatikan lagi kualitas pembelian dan mengabaikan rasionalitas keputusan pembelian. Dengan adanya tawaran tersebut penguna handphone membeli berdasarkan keputusan yang tidak rasional, meskipun harga handphone mahal dari harga para pesaingnya. Ini berdampak pada produsen bila keputusan pembelian konsumen tidak rasional maka tidak bisa meningkatkan nilai yang mereka inginkan dan kegunaan produk. Inilah yang menjadi alasan meneliti keputusan pembelian handphone Apple di kota Bandar Lampung.

Handphone Apple lebih menarik untuk dijadikan objek penelitian karena harus diakui bahwa handphone Apple merupakan produk yang dikenal luas oleh masyarakat, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia. Dengan banyaknya orang yang mengenal produk Handphone Apple, maka akan memudahkan dalam melakukan objek penelitian. Berdasarkan paparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Apple di Bandar Lampung".

#### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- 1. Apakah *Activity* (Kegiatan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung?
- 2. Apakah *Interest* (minat) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung?
- 3. Apakah *Opinion* (pendapat) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung?
- 4. Apakah *Activity, Interest, Opinion*, berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Apple di Bandar Lampung?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

# 1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah Pengguna Handphone Apple di Bandar Lampung.

## 1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah *Activity, Interst, Opinion* dan Keputusan Pembelian

## 1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung.

## 1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018.

## 1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan pada penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi teori *Activity, Interest, Opinion* dan Keputusan Pembelian.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak diperoleh dari penelitian ini:

- Mengetahui pengaruh *Activity* (Kegiatan) terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung.
- 2. Mengetahui pengaruh *Interest* (minat) terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung.
- 3. Mengetahui pengaruh *Opinion* (pendapat) terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung.
- 4. Mengetahui pengaruh *Activity, Interest*, dan *Opinion* terhadap keputusan pembelian handphone Apple di Bandar Lampung.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

## 1.5.1 Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan atau referensi tambahan pengetahuan dibidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 1.5.2 Bagi Perusahaan

Hasil yang diperoleh di dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan penjualan produk dan sebagai referensi bagi perusahaan terutama untuk melakukan analisis terhadap perilaku konsumen yang akan menjadi dasar dalam proses pengambilan kebijakan pemasaran handphone merek Apple.

## 1.5.3 Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang faktor gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan sebagai syarat untuk menempuh sarjana ekonomi.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini akan terbagi dalam beberapa bagian dengan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup ilmu penelitian, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dijelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, kerangka pikir dan hipotesis, seperti gaya hidup dan keputusan pembelian.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang metode yang digunakan dalam penyesuaian masalah penelitian, seperti metode penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, sumber data, teknik pengumpulan data, uji persyaratan instrumen dan metode Regresi Berdanda.

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian "Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Handphone Apple di Bandar Lampung". Serta yang dilakukan oleh peneliti dengan berpedoman pada teori-teori dan metode yang dikemukakan pada BAB III.

# **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini diuraikan simpulan dan saran berdasarkan hasil pembahaan pada BAB IV.

# DAFTAR PUSTAKA

# **LAMPIRAN**