

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Memasuki era globalisasi tak dapat dipungkiri bahwa teknologi telah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Selain menawarkan berbagai kemudahan, teknologi kini dapat memberikan berbagai hiburan dan informasi bagi siapa saja yang dapat mengenal teknologi dengan baik. Salah satu bentuk produk teknologi yang sedang berkembang saat ini adalah telepon pintar (*smartphone*). Pasar telepon pintar saat ini berkembang dengan pesat dan hal ini menurut IDC (*International Data Corporation*) dibuktikan dengan jumlah pengiriman telepon pintar ke seluruh dunia selama tahun 2014 mencapai 301,3 juta unit. Meningkat dibandingkan dengan kuartal kedua tahun 2013, total pengiriman hanya mencapai 240,5 juta unit, atau terjadi kenaikan sebanyak 25,3% dari satu tahun yang lalu. (<http://inovasi.com/pengiriman-ponsel-pintar-menembus-300-juta-unit-pada-kuartal-kedua-2014/>, diakses pada 25 November 2014).

Pengguna telepon pintar (*smartphone*) di Indonesia terus meningkat. Indonesia berada di peringkat kelima dalam daftar pengguna *smartphone* terbesar di dunia. Posisi pertama diduduki oleh China. Dengan populasi lebih dari 1 miliar penduduk, Negeri Tirai Bambu memiliki jumlah pengguna *smartphone* terbesar, mencapai 422 juta. Di bawah China, ada Amerika Serikat dengan jumlah pengguna mencapai 188 juta. Tepat di urutan ketiga dan selanjutnya adalah India dan Brazil. Disebutkan pula Indonesia menduduki posisi 5 besar dengan pengguna

aktif sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel. Merembaknya telepon pintar di Indonesia menjadikan Indonesia merupakan pasar potensial bagi vendor-vendor telepon pintar. (<http://inet.detik.com/Indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>, diakses pada 25 November 2014).

Dari sekian banyak jenis *smartphone* yang beredar dipasaran, Apple merupakan salah satu vendor *smartphone* yang menguasai pasar Indonesia dengan salah satu perangkatnya iPhone. Apple merupakan sebuah perusahaan multinasional yang berpusat di Silicon Valley, Cupertino, California dan bergerak dalam bidang perancangan, pengembangan, dan penjualan barang-barang yang meliputi elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, serta komputer pribadi. Kejayaan Apple di Indonesia salah satunya ditunjang dengan diluncurkannya produk telepon pintar iPhone 5s. iPhone 5s sengaja dikeluarkan oleh Apple untuk memperluas pangsa pasar Apple. Sistem operasi yang dimiliki oleh perangkat Apple iPhone yang disebut iOS menjadi salah satu daya tarik dari produk ini. Apple tidak melisensikan iOS untuk diinstal diperangkat keras non-Apple. Hadirnya iOS sebagai sistem operasi dari produk Apple iPhone menjadikan citra eksklusif bagi iPhone karena sistem operasi tersebut tidak dapat dimiliki oleh perangkat *smartphone* yang diproduksi oleh pesaing.

Dengan dibekali iOS sebagai sistem operasi iPhone yang tidak dapat dimiliki oleh perangkat lain belum bisa mengantarkan iPhone menjadi pemimpin pasar *smartphone* di Indonesia. Sampai saat ini Samsung masih menjadi pemimpin pasar *smartphone*.

Produk keluaran Samsung yang menjadi pesaing dari iPhone 5s adalah seri Galaxy. Berikut data penjualan *smartphone* tahun 2014:

Company	3Q14 Units	3Q14 Market Share (%)	3Q13 Units	3Q13 Market Share (%)
Samsung	73,212.4	24.4	80,356.8	32.1
Apple	38,186.6	12.7	30,330.0	12.1
Huawei	15,934.9	5.3	11,665.7	4.7
Xiaomi	15,772.5	5.2	3,617.5	1.5
Lenovo	15,011.9	5.0	12,882.0	5.2
Others	142,891.6	47.5	111,445.0	44.5
Total	301,009.9	100.0	250,297.0	100.0

Gambar 1.1
Data Penjualan *Smartphone*

Sumber: (<http://www.google.com/imgres?imgurl=https://img.okezone.com>)

Walaupun disebut-sebut Samsung telah meniru desain produk Apple tetapi produk Samsung yang tetap lebih diminati oleh masyarakat. Bahkan, produk Samsung Galaxy mampu mengungguli penjualan iPhone 5s di negara asalnya Amerika Serikat. Samsung memimpin penjualan *smartphone* dengan penjualan mencapai 74 juta unit dengan pangsa pasar 25% sedangkan Apple hanya menjual sekitar 35 juta unit. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagai pengguna *smartphone* memiliki pertimbangan tersendiri sebelum melakukan keputusan pembelian. Konsumen yang lebih memilih produk Samsung tidak tertarik dengan citra eksklusif yang dimiliki iPhone. Sedangkan konsumen yang lebih memilih produk iPhone membutuhkan gengsi disamping fitur yang dimiliki oleh iPhone.

Hal ini kembali kepada gaya hidup masing-masing konsumen. (<http://www.bbc.co.uk/Apple> **catat rekor penjualan/ diunduh pada 3 Desember 2014**). Melihat besarnya minat penggunaan *smartphone* tentu menimbulkan persaingan yang ketat antar vendor telepon pintar.

Ketatnya persaingan membuat pemasar berupaya memberikan beragam atribut pada produknya. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat memiliki berbagai pilihan produk. Banyak faktor yang dapat memengaruhi konsumen ketika akan memutuskan untuk membeli produk. Baik berasal dari faktor internal yaitu dalam diri sendiri maupun faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan. Dilihat dari faktor internal, faktor gaya hidup merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap proses pembelian suatu produk dan fitur dapat menjadi salah satu pemicu seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian. **Yulia Widiastuti (2009 : 1)** mengatakan bahwa “gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.” Gaya hidup sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup pengguna telepon pintar tidak bisa lepas dari fitur – fitur telepon pintar yang dapat menunjang kebutuhan para pengguna. Fitur merupakan suatu keistimewaan atau kelebihan yang dimiliki suatu produk yang membedakan dengan produk lainnya.

Hampir seluruh aktivitas masyarakat terutama di kota besar sudah didukung oleh *smartphone*. Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia tentu memiliki banyak pengguna *smartphone*. Penggunaan *smartphone* berbeda antar setiap penggunanya. Bagi beberapa orang, penggunaan *smartphone* bukan

hanya sekedar alat untuk berkomunikasi layaknya sebuah telepon genggam biasa, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk bekerja dengan menggunakan perangkat lunak yang disediakan oleh para pengembang perangkat lunak. Namun, bagi yang lainnya *smartphone* merupakan sebuah telepon genggam yang mempunyai fitur canggih seperti *e-mail* (surat elektronik), internet, *social media*, kamera beresolusi tinggi, pemutar musik dan *game*. Perbedaan penggunaan *smartphone* oleh setiap orang didasari oleh adanya perbedaan gaya hidup, sehingga kebutuhan akan fitur *smartphone* akan berbeda. Seperti contohnya para eksekutif menggunakan *smartphone* untuk dapat membantu dirinya dalam mengatur jadwal kegiatannya sehari-hari, sedangkan sebagian besar pelajar sekolah dan mahasiswa menggunakan *smartphone* hanya untuk berkomunikasi dan *social media*, berbeda pula dengan para wisatawan yang menggunakan *smartphone* untuk mencari tempat-tempat yang mereka ingin kunjungi dengan fitur GPS (*Global Positioning System*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti :

**“PENGARUH GAYA HIDUP DAN FITUR TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK APPLE IPHONE 5S DI KOTA
BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis sampaikan diatas mengenai pengaruh gaya hidup dan fitur terhadap keputusan pembelian, maka penulis membatasi permasalahan tersebut dengan mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai gaya hidup, fitur, dan proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung?
2. Seberapa besar gaya hidup dan fitur berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung?
3. Seberapa besar gaya hidup dan fitur berpengaruh secara simultan terhadap proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari, mengumpulkan, dan mendapatkan data yang dapat memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai seberapa besar pengaruh gaya hidup dan fitur terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh masyarakat kota Bandung sehingga data-data, informasi, dan gambaran tersebut dapat digunakan oleh penulis untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir Sarjana Ekonomi Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai gaya hidup, fitur, dan proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dan fitur secara parsial terhadap proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dan fitur secara simultan terhadap proses keputusan pembelian produk Apple iPhone 5s di kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi :

1. Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam hal sejauh mana keterkaitan gaya hidup dan fitur terhadap keputusan pembelian.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan memberikan gambaran pengaruh gaya hidup, fitur terhadap keputusan pembelian produk bagi perusahaan sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menentukan inovasi bagi produk selanjutnya.

3. Pembaca

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi siapa saja yang membaca penelitian ini.

4. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan menambah pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada masyarakat pengguna produk Apple iPhone 5s di kota Bandung. Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2014 sampai dengan Maret 2015.