

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia digital yang pesat saat ini telah menjadikan komunikasi sebagai suatu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap lapisan masyarakat. Kebutuhan akan sebuah alat komunikasi telah memancing banyaknya permintaan dan penawaran dan juga menimbulkan persaingan antar produsen alat komunikasi. Salah satu produk alat komunikasi keluaran terdahulu adalah ponsel atau *basic handphone*, tetapi kini melalui pengembangan produk yang semakin canggih pada era sekarang telah tercipta inovasi baru bernama smartphone.

Smartphone adalah perangkat seluler yang lebih dari sekadar membuat dan menerima panggilan telepon, pesan teks, dan pesan suara. Fitur dasar Smartphone dapat mengakses internet. Ini juga dapat mengakses media digital seperti gambar, musik dan video. Selain itu, Smartphone harus memiliki kemampuan untuk menggunakan program komputer kecil yang disebut aplikasi (Weinberg, 2012).

Penjualan smartphone saat ini secara global masih menunjukkan tren yang positif. Firma riset Gartner mencatat kenaikan penjualan global smartphone di kuartal pertama 2018. Penjualan smartphone naik 1,3 persen dari periode yang sama tahun lalu. Total volume penjualan sebesar 384 juta smartphone, mewakili 84 persen dari total penjualan perangkat ponsel. Posisi

pertama, masih ditempati Samsung walau dilaporkan kehilangan 0,3 persen pangsa pasar dan pertumbuhannya disebut melamban. Di posisi kedua juga masih ditempati Apple, seperti kuartal sebelumnya. Vendor tersebut meraih estimasi pangsa pasar sebesar 14,1 persen. Huawei menempati urutan ketiga dengan kenaikan pangsa pasar 1,5 persen, diikuti Xiaomi di peringkat ke-4 dengan pangsa pasar 7,4 persen. Vendor asal China lainnya, Oppo menduduki posisi ke-5 dengan pangsa pasar sebesar 7,3 persen. Untuk melihat data penjualan smartphone dengan merek tertentu dengan lebih rinci dapat kita lihat pada tabel yang ada dibawah ini:

Tabel 1.1. Tabel Penjualan smartphone global pada kuartal 1 2018

<b>Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 1Q18 (Thousands of Units)</b>				
<b>Vendor</b>	<b>1Q18 Units</b>	<b>1Q18 Market Share (%)</b>	<b>1Q17 Units</b>	<b>1Q17 Market Share (%)</b>
Samsung	78,564.8	20.5	78,776.2	20.8
Apple	54,058.9	14.1	51,992.5	13.7
Huawei	40,426.7	10.5	34,181.2	9.0
Xiaomi	28,498.2	7.4	12,707.3	3.4
OPPO	28,173.1	7.3	30,922.3	8.2
Others	153,782.	40.1	169,921.1	44.9
<b>Total</b>	<b>383,503.</b>	<b>100.0</b>	<b>378,500.6</b>	<b>100.0</b>
	<b>9</b>			

Source: Gartner (May 2018)

International Data Corporation (IDC) merilis data tentang pengiriman smartphone di Indonesia yang mencapai 9,4 juta unit pada Q2 2018. Angka tersebut meningkat sebesar 22 persen dari kuartal sebelumnya dan 18 persen dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu. Hal tersebut menjadikan pengiriman pada kuartal ini tertinggi di Indonesia. Sementara itu, kelima pemain teratas terus mendominasi lebih dari 85 persen pasar smartphone lokal. Pencapaian tersebut disebabkan besarnya pertumbuhan pengiriman smartphone Xiaomi yang berhasil duduk di posisi kedua di bawah

Samsung yang masih menempati posisi pertama. Sementara Oppo, Vivo, dan Advan menggenapkan posisi lima besar (Jawapos, 2018).

Pengguna smartphone Indonesia sendiri bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Dengan jumlah pemakai smartphone yang terus meningkat. Banyak orang telah menjadikan smartphone menjadi sebuah kebutuhan tak terkecuali bagi mahasiswa. Mahasiswa saat ini dituntut untuk selalu update mengenai berita apa yang terjadi. Agar tak ketinggalan berita, mahasiswa memanfaatkan kecanggihan Smartphone untuk mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Selain itu manfaat dari smartphone sangat banyak sekali untuk mahasiswa, diantaranya yang pertama memudahkan dalam mengakses informasi secara luas dan cepat, kedua dapat digunakan untuk hiburan dengan banyaknya aplikasi sosmed ataupun game yang bisa di unduh. Penelitian ini akan melihat keputusan pembelian kalangan Mahasiswa pada Smartphone, karena kalangan ini memegang tingkat kepemilikan dan penggunaan Smartphone yang tinggi.

Sebelumnya sebuah studi menunjukkan bahwa faktor motivasi utama untuk pengguna Smartphone masa depan adalah internet surfing (39%), upgrade dari perangkat saat ini (24%), dan aplikasi (29%) (Enterprise News, 2012). Juga, kriteria paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian

Smartphone adalah tren dalam komunitas, diikuti oleh kebutuhan dan perangkat lunak dari Smartphone (Osman, 2012).

Kebutuhan sosial, pengaruh sosial, kenyamanan dan ketergantungan diuji dalam sebuah studi oleh Suki dan Suki (2013), dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang kuat antara kebutuhan sosial, pengaruh sosial dan kenyamanan smartphone dengan ketergantungan pada smartphone. Hubungan yang kuat juga terjadi antara ketergantungan siswa pada smartphone dan perilaku pembelian mereka.

Faktor - faktor seperti kompatibilitas, pengaruh sosial, harga dan keuntungan relatif diuji juga oleh Chew (2012). Liew (2012) menguji variabel seperti hiburan, kenyamanan, kebutuhan sosial, pengaruh sosial dan ketergantungan. Sedang Lay-Yee et al (2013) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara keputusan pembelian smartphone oleh Generasi Y di Malaysia dengan kepedulian merek, kepedulian kenyamanan, kepedulian ketergantungan, kepedulian harga, kepedulian fitur produk dan kepedulian pengaruh sosial.

Dengan banyak kemungkinan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Smartphone, penting bagi pemasar untuk memahami apa dampaknya terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone**”.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian yang telah dikembangkan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *brand concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah *convenience concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah *dependency concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah *price concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah *product features concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
6. Apakah *social influence concern* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *brand concern* terhadap keputusan pembelian
2. Untuk menganalisis pengaruh *convenience concern* terhadap keputusan pembelian

3. Untuk menganalisis pengaruh *dependency concern* terhadap keputusan pembelian
4. Untuk menganalisis pengaruh *price concern* terhadap keputusan pembelian
5. Untuk menganalisis pengaruh *product features* terhadap keputusan pembelian
6. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap keputusan pembelian

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi akademis, dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi pembaca dan peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone.
- b. Bagi penulis, untuk menambah wawasan manajemen pemasaran terutama menyangkut dengan penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pihak Lain, seperti swasta atau wiraswasta sebagai masukan bagi mereka untuk memilih sistem manajemen pemasaran sebagai alternatif usaha.

- b. Bagi Masyarakat, dapat meningkatkan kesadaran pentingnya produk yang ditawarkan kepada konsumen dari pihak produsen.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai bagian – bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, penulisan membaginya menjadi lima bab yaitu sebagai berikut :

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

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian ini, sehingga penulis dapat mengemukakan suatu hipotesis.

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

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel dan pengukurannya, model penelitian, uji pendahuluan dan uji hipotesis.

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

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.