

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi waktu ini mengalami perubahan yang semakin canggih, hal ini membentuk permintaan pasar terhadap teknologi meningkat. Oleh sebab itu, perusahaan teknologi berlomba-lomba untuk menciptakan sebuah teknologi yang lebih canggih untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen, yaitu mempermudah kegiatan manusia (*user*) itu sendiri. Sama halnya menggunakan penggunaan telepon seluler kini ini tak sekedar menjadi indera percakapan jarak jauh saja, akan tetapi produk telepon seluler pada tuntutan buat memberikan kemudahan pekerjaan.

Smartphone termasuk salah satu alat telekomunikasi yang saat ini menjadi kebutuhan dasar manusia, perkembangan teknologi *smartphone* sangat cepat dengan perbedaan yang terletak pada bentuk, ukuran, serta fasilitasnya. Seiring berkembangnya zaman bentuk *smartphone* semakin menarik dengan ukuran yang bervariasi serta kelengkapan fasilitas yang dimilikinya. *Smartphone* sendiri merupakan perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan menggunakan kabel (wikipedia.org). Perangkat ini mulai populer pada era tahun 2000an dan berkembang pesat hingga kini.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 67,88% penduduk Indonesia yang berusia 5 tahun ke atas sudah memiliki ponsel atau *handphone* pada 2022. Persentase tersebut meningkat dibanding 2021 yang masih 65,87%, sekaligus menjadi rekor tertinggi dalam sedekade terakhir. Kementerian Komunikasi dan Informatika juga menyatakan bahwa penggunaan ponsel pintar atau *smartphone* mencapai 167 juta orang atau dengan persentase 89 persen dari total penduduk Indonesia. *Smartphone* sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian lapisan masyarakat, pelajar ataupun mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Dilihat dari jumlah penggunaan *smartphone* di Indonesia pun sudah semakin banyak. Tidak memandang kelas sosial, pekerjaan, gaji, dan lain-lain.

Karena tingkat pengguna *smartphone* semakin meningkat, perusahaan-perusahaan *smartphone* berlomba-lomba mengeluarkan dan memodifikasi produknya dengan tujuan menarik konsumen untuk menggunakan produk mereka. Demi menjadi penguasa pasar, tidak sedikit perusahaan yang menciptakan dan mengeluarkan banyak jenis *smartphone* dalam satu tahun agar konsumen memiliki banyak pilihan produk atas produk mereka. Hal tersebut dapat diketahui dengan adanya produk-produk *smartphone* yang menawarkan banyak jenis produk baru dengan adanya inovasi di dalamnya seperti Samsung, Oppo, Iphone, Xiaomi, Vivo, dan lain sebagainya.

Salah satu perusahaan *smartphone* yang selalu gencar dalam memasarkan dan mengembangkan produknya adalah Samsung. Samsung merupakan salah satu perusahaan pembuat perangkat elektronik terbesar di dunia dan merupakan simbol dari Samsung Group terbesar di Korea Selatan. Terlihat dari beberapa inovasi yang

dilakukannya. (Liputan6.com) *President Samsung Electronics* Indonesia, Simon Lee, mengatakan, bagi Samsung pelanggan adalah fokus utama dalam berinovasi.

Saat ini, Samsung merupakan produsen smartphone android terbesar di dunia serta memiliki tingkat penjualan yang tertinggi di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan laporan dari data IDC (*International Data Corporation*). IDC adalah penyedia intelijen pasar, layanan konsultasi, dan acara global terkemuka untuk pasar teknologi informasi, telekomunikasi, dan teknologi konsumen. IDC menyatakan bahwa Samsung meski mengalami penurunan jumlah pengiriman, Samsung berada di posisi nomor satu dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia. Samsung menguasai 24 persen pangsa pasar dengan total pengiriman 1,9 juta unit di awal tahun 2023. Data dari IDC dapat dipercaya kebenarannya dan keandalannya karena situs IDC rutin memberitakan merk *smartphone* terbaik dan paling laris setiap tahun. Datanya diambil dari jumlah hp yang dikapalkan setiap kuartal tahun.

Data IDC mengacu pada hasil *market share* atau pangsa pasar merek *smartphone* tersebut serta banyaknya hasil penjualan yang dilakukan. Pelacak IDC memberikan ukuran pasar, pangsa perusahaan, dan perkiraan yang akurat dan tepat waktu untuk ratusan pasar teknologi di lebih dari 100 negara di seluruh dunia. Dengan menggunakan alat dan proses penelitian yang dipatenkan, Pelacak IDC diperbarui setiap semester, triwulanan, dan bulanan. Hasil pelacak dikirimkan ke klien dalam hasil excel yang mudah digunakan.



| Indonesia's Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, 1Q23 (Shipments in millions) | | | | | |
|--|----------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------|
| Company | 1Q23 Shipments | 1Q23 Market Share | 1Q22 Shipments | 1Q22 Market Share | YOY Growth |
| 1. Samsung | 1.9 | 24.0% | 2.1 | 23.3% | -9.0% |
| 2. OPPO | 1.8 | 23.3% | 1.8 | 20.2% | 1.6% |
| 3. vivo | 1.3 | 16.5% | 1.5 | 17.1% | -14.6% |
| 4. Xiaomi | 1.1 | 13.7% | 1.3 | 14.6% | -17.2% |
| 5. realme | 0.8 | 10.8% | 1.1 | 12.3% | -23.3% |
| Others | 0.9 | 11.6% | 1.1 | 12.5% | -18.2% |
| Total | 7.9 | 100.0% | 8.9 | 100.0% | -11.9% |

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, 1Q23

Note:
* All figures are rounded off

Gambar 1. 1
Data Penjualan 5 Besar Ponsel di Indonesia Tahun 2023 dan 2022
(Sumber: IDC Indonesia)

Berdasarkan data diatas, dilihat dari banyaknya pengiriman serta pangsa pasar menunjukkan bahwa 5 merek ponsel besar di Indonesia mengalami fluktuasi. Terlihat bahwa Samsung menjadi posisi nomor 1 merk *smartphone* terbaik di Indonesia. Di Q1 tahun 2023, Samsung mempunyai *market share* sebesar 24%. Posisi Samsung tetap berada di posisi puncak jika dibandingkan Q1 2022 meskipun mengalami penurunan sebesar 9%. Kemudian disusul oleh *smartphone* merek Oppo, Vivo, Xiaomi, Realme, dan lain sebagainya.

Hal tersebut juga terjadi di Kecamatan Buleleng yang penjualan *smartphone* merek Samsung juga mengalami penurunan. Pemilihan Kecamatan Buleleng sebagai subjek penelitian adalah dikarenakan Kabupaten Buleleng merupakan

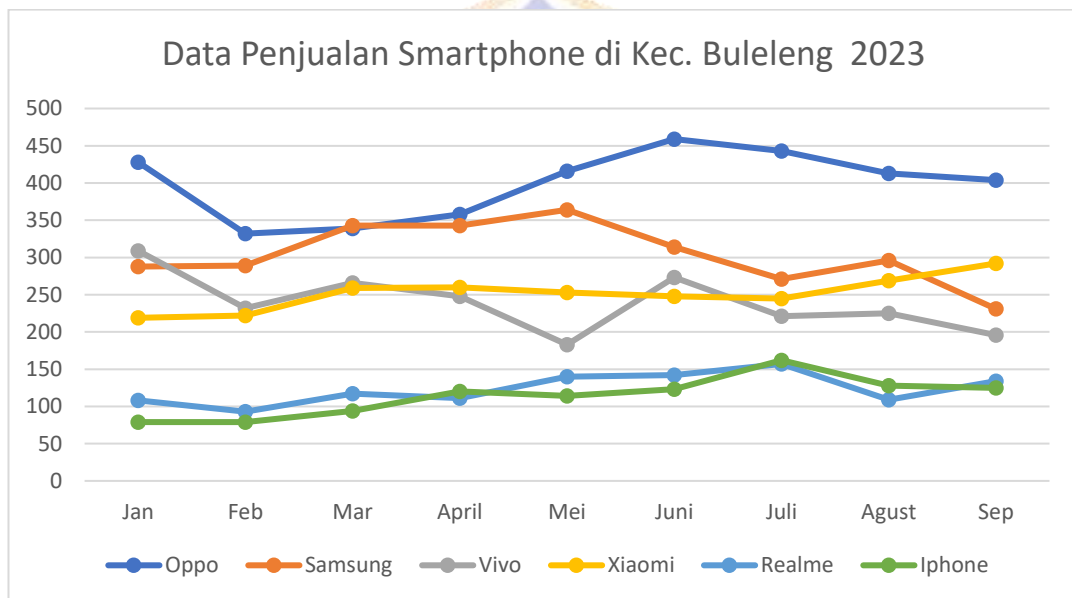
Kabupaten terluas di Provinsi Bali. Sesuai hasil Sensus Penduduk (SP) dari Link Resmi Pemerintah Kota Denpasar tahun 2020, Buleleng merupakan kabupaten/kota di Bali dengan jumlah penduduk terbanyak yakni 791,81 ribu jiwa. Rinciannya, sebanyak 398,16 ribu jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 393,68 ribu jiwa perempuan. Dari hal tersebut, Kecamatan Buleleng juga merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kabupaten Buleleng. Berdasarkan data BPS Kabupaten Buleleng, jumlah penduduk Kabupaten Buleleng tahun 2020 adalah 687.200 jiwa. Berdasarkan sebarannya pada masing-masing kecamatan, jumlah penduduk di Kabupaten Buleleng cenderung merata. Kecamatan Buleleng adalah wilayah dengan jumlah penduduk tertinggi yaitu sebesar 167.780 Jiwa atau 24,41% dari total jumlah penduduk Kabupaten Buleleng.

Tabel 1. 1
Jumlah Kepadatan Penduduk di Buleleng Tahun 2020
(sumber: BPS Kabupaten Buleleng Tahun 2020)

| No. | Kecamatan | Luas (ha) | Jumlah Penduduk | | Jumlah (jiwa) |
|---------------|--------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|
| | | | L | P | |
| 1. | Gerokgak | 35.657 | 42.390 | 42.120 | 84.510 |
| 2. | Seririt | 11.178 | 35.800 | 37.100 | 72.900 |
| 3. | Busungbiu | 19.662 | 20.330 | 20.620 | 40.950 |
| 4. | Banjar | 17.260 | 35.980 | 36.700 | 72.680 |
| 5. | Sukasada | 17.293 | 38.670 | 39.030 | 77.700 |
| 6. | Buleleng | 4.694 | 98.530 | 69.250 | 167.780 |
| 7. | Sawan | 9.252 | 29.960 | 30.740 | 60.700 |
| 8. | Kubutambahan | 11.824 | 28.220 | 27.550 | 55.770 |
| 9. | Tejakula | 9.768 | 27.420 | 26.790 | 54.210 |
| Jumlah | | 136.588 | 357.300 | 329.900 | 687.200 |

Dari data diatas dapat disimpulkan karena banyaknya penduduk di Kecamatan Buleleng maka diasumsikan banyak juga masyarakat yang menggunakan *smartphone* dalam kehidupannya sehingga banyak juga distributor-distributor yang menjual beberapa merek *smartphone* di Kecamatan Buleleng. Selaras dengan IDC yang menginformasikan bahwa mereka menggunakan metode

sell-in dalam menghitung pangsa pasar ini. *Sell-in* adalah istilah untuk pengiriman atau penjualan ponsel dari produsen (*vendor*) ke distributor, bukan ke konsumen akhir. Berdasarkan data yang saya peroleh dari distributor *smartphone* terbesar di Kecamatan Buleleng diketahui bahwa penjualan *smartphone* merek Samsung juga mengalami penurunan. Bahkan dikalahkan oleh *smartphone* merek Oppo. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil data penjualan 6 merek *smartphone* yang dijual di Kecamatan Buleleng dari bulan Januari hingga September 2023 sebagai berikut :



Gambar 1. 2
Data Penjualan 6 Besar Ponsel di Singaraja Tahun 2023
(Sumber: Badilan Singaraja)

Dilihat dari grafik penjualan berbagai merek *smartphone* di Kecamatan Buleleng, diketahui *smartphone* merek Oppo menempati tempat pertama penjualan paling banyak yaitu total sebanyak 3.592 unit per bulan Januari-September 2023 sedangkan Samsung memiliki jumlah total penjualan sebanyak 2.739 unit per bulan Januari-September 2023. Penurunan penjualan *smartphone* merek Samsung ini berdasarkan observasi dan wawancara yang saya lakukan terhadap 30 orang yang

merupakan warga Kecamatan Buleleng diduga terjadi karena adanya pengaruh dari gaya hidup yang seiring dengan majunya proses globalisasi menjadikan sebagian masyarakat lebih menyukai produk Apple (*smartphone* Iphone) daripada android karena desain produk yang terlihat mewah, masyarakat juga menilai bahwa kualitas media foto dan video Iphone yang lebih unggul daripada android. Selain pengaruh gaya hidup, terdapat pengaruh lain yang di duga menjadi penyebab penurunan penjualan *smartphone* merek Samsung adalah persepsi kualitas produk. Sebagian masyarakat berpendapat bahwa *smartphone* android merek lain seperti Oppo, Vivo, Xiaomi, dan lain sebagainya memiliki kualitas produk yang tidak kalah jauh dengan *smartphone* merek Samsung. Sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan atas produk *smartphone* dengan persepsi kualitas dari masing-masing masyarakat tersebut. Oleh karena itu, diduga penurunan ini disebabkan oleh gaya hidup dan persepsi kualitas.

Setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda – beda. Kotler dan Armstrong (2001:208) menyebutkan bahwa untuk memahami gaya hidup dapat dilakukan dengan mengukur dimensi – dimensi AIO yaitu : *Activities* (kegiatan) merupakan tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja ditoko atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan baru; *Interest* (minat) adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus terhadap suatu objek, peristiwa ataupun topik; *Opinion* (opini) adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Assael (1995:23) menyatakan persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi agar mereka memilih pemahaman

yang lebih berarti. Persepsi kualitas adalah penilaian konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Kotler dan Keller, 2012).

Pada penelitian Muthia, dkk (2021) menjelaskan bahwa persepsi kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli. Sedangkan pada penelitian Rousdy, dkk (2023) menjelaskan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Pada penelitian Riska Ananda, dkk (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Adeon, dkk (2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sedangkan desain produk tidak berpengaruh positif terhadap minat beli. Sedangkan dalam penelitian Fachruddin dan Anwar (2022) menyatakan bahwa gaya hidup tidak mempengaruhi minat beli produk.

Berdasarkan pada hasil penelitian terdahulu tersebut, ditemukan ketidakkonsistenan hasil penelitian serta uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui **“Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Samsung (Studi di Kecamatan Buleleng)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang akan diteliti pada minat beli konsumen pada *smartphone* merek Samsung adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat banyak perusahaan *smartphone* yang berlomba-lomba berinovasi membuat dan mengembangkan produk untuk bersaing di pasar.

- 2) Terdapat penurunan penjualan *smartphone* merek Samsung di wilayah Kecamatan Buleleng padahal secara umum Samsung menguasai pangsa pasar.
- 3) Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap minat beli konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada pembelian *smartphone* merek Samsung, agar penelitian terfokus pada pokok masalah yang diteliti, maka penelitian ini dibatasi pada masalah yaitu hanya khusus dilakukan di Kecamatan Buleleng dengan sasaran responden yaitu khusus konsumen di Kecamatan Buleleng. Penulis hanya meneliti gaya hidup dan persepsi kualitas sebagai variabel bebas (*variabel independent*), kemudian minat beli sebagai variabel terikat (*variabel dependent*) pada *smartphone* merek Samsung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah gaya hidup dan persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng?
- 2) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng?
- 3) Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji tentang hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng.
- 2) Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng.
- 3) Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung pada kalangan konsumen Kecamatan Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran terkait perilaku konsumen dalam minat beli.

- 2) Manfaat Praktis

Adapun bagi konsumen, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi tambahan bagi para konsumen dalam menghadapi dan menentukan minat beli produk yang dapat diklasifikasikan dari gaya hidup konsumen maupun persepsi kualitas produk. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perkembangan perusahaan ke depan dan bahan pertimbangan strategi yang akan ditempuh untuk mempertahankan pelanggan. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan kebijakan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan perekonomian.