

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini memiliki banyak dampak dalam dunia bisnis dan terjadinya kemajuan bahkan perubahan yang signifikan terhadap bisnis membuat bisa menjadi lebih modern. Globalisasi berdampak pula pada perubahan pola pikir manusia, kemajuan-kemajuan dibidang teknologi serta gaya hidup manusia di era modern saat ini. Globalisasi di era modern saat ini tentu akan membuat perusahaan bisnis berlomba-lomba untuk memproduksi produk-produk yang memiliki keunikan dan perbedaan yang unggul dari produk lainnya. Era globalisasi telah membawa kemajuan teknologi yang pesat, termasuk dalam industri telekomunikasi. *Smartphone* telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern dalam lanskap teknologi yang berkembang pesat. Tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai pusat aktivitas digital sehari-hari. Salah satu *smartphone* yang paling di minati saat ini adalah *iphone*.

Iphone adalah *smartphone* yang dibuat dan dipasarkan oleh *apple inc.*, menggunakan sistem operasi *ios* yang dikembangkan oleh *apple*, dimaksudkan untuk memaksimalkan teknologi canggih yang ada di perangkat keras *apple*. *iphone* dianggap sebagai ponsel paling canggih yang menggunakan sistem operasi *ios*. Menggabungkan fitur beragam yang luar biasa dengan keamanan yang luar biasa untuk para penggunanya. *Iphone* memiliki banyak fitur tambahan yang sesuai dengan spesifikasinya saat ini

dan keunggulannya sehingga walaupun ponsel ini memiliki harga yang paling mahal di jajaran ponsel pintar di kelasnya tetapi minat publik terhadap produk ponsel ini sangat tinggi, bahkan naik setiap tahunnya. Jika dilihat dalam *top brand index* data pangsa pasar *smartphone* di Indonesia beberapa tahun terakhir, pangsa pasar hp iphone terus meningkat.

Tabel 1.1
Data Pangsa Pasar *Smartphone* di Indonesia Tahun 2024

| Nama Brand | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Samsung | 46.5% | 37.1% | 33.0% | 32.9% | 32.7% |
| Oppo | 17.7% | 19.3% | 20.6% | 23.4% | 22.9% |
| Iphone | - | 11% | 12% | 12.4% | 14.4% |
| Vivo | 7.9% | 7.9% | 9.7% | 9.7% | 8.5% |
| Xiaomi | 10.1% | 12.4% | 11.2% | 10.6% | 7% |

Sumber: *Top brand index*, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui perbandingan pangsa pasar *smartphone* di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024. Angka-angka yang tertera menunjukkan persentase dari total penjualan *smartphone* yang berhasil diraih oleh masing-masing merek. Samsung yang sempat mendominasi pasar pada tahun 2020 dengan pangsa pasar hampir 47%, mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga tahun 2024. Sebaliknya, oppo dan iphone menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat. Oppo berhasil meningkatkan pangsa pasarnya secara konsisten, sementara iphone juga mengalami peningkatan yang signifikan, terutama pada tahun 2024. Meskipun persentase iphone masih kalah dengan samsung dan oppo, tetapi pasar hp iphone di Indonesia tumbuh dengan stabil selama periode lima tahun, menunjukkan meningkatnya permintaan *smartphone* di kalangan konsumen Indonesia Index (2024).

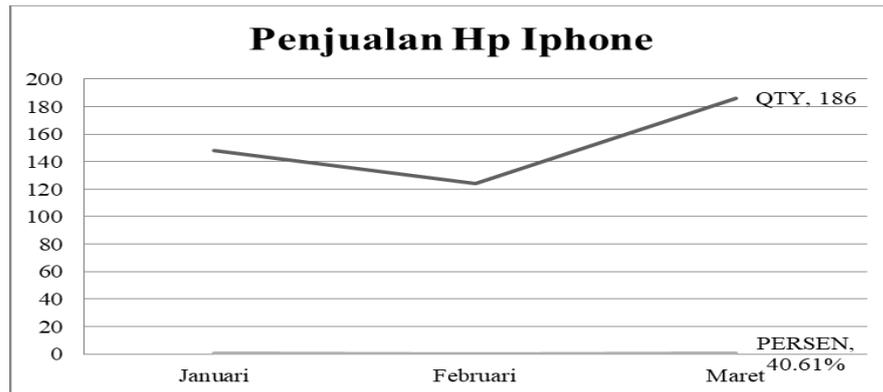
Posisi stabil terus-menerus iPhone menunjukkan daya tarik produk Apple yang kuat di kalangan pelanggan Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa iPhone telah berhasil menempatkan dirinya sebagai pilihan utama bagi pengguna yang mencari *smartphone* dengan kualitas premium, desain *inovatif*, dan ekosistem yang terintegrasi. Keberhasilan iPhone dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar menunjukkan kemampuan Apple untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan membangun loyalitas merek yang kuat. Kondisi yang sama terjadi pada penjualan hp iPhone di toko Badilan Grosir, sebagai toko penjual hp terbesar dan terlengkap di Kota Singaraja. Toko Badilan mampu menjual hp iPhone sebagaimana terlihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Data Penjualan Hp Iphone di Toko Badilan
Grosir Singaraja Tahun 2024

| 2024 | QTY | PERSEN % |
|----------|-----|----------|
| Januari | 148 | 32.31 |
| Februari | 124 | 27.07 |
| Maret | 186 | 40.61 |

Sumber: Toko Badilan, 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa penjualan hp iPhone mengalami peningkatan, dengan penjualan produk naik hampir 13,54%. Penjualan hp iPhone di toko Badilan Grosir Singaraja juga dijelaskan pada grafik di bawah ini.



Gambar 1.1 Grafik penjualan hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja (Sumber: Toko Badilan, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 grafik penjualan hp iphone menunjukkan tren penjualan yang fluktuatif selama tiga bulan pertama. Penjualan dimulai dengan angka sekitar 148 unit pada bulan Januari, kemudian mengalami penurunan menjadi sekitar 123 unit pada bulan Februari. Namun, terjadi lonjakan penjualan yang signifikan pada bulan Maret, mencapai 186 unit. Kenaikan sebesar 40.61% dari Februari ke Maret menunjukkan adanya peningkatan permintaan yang kuat. Fluktuasi ini mengindikasikan dinamika pasar yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perilisan produk baru, promo khusus, atau faktor musiman dan lain sebagainya. Secara keseluruhan, grafik ini menggambarkan tren penjualan yang dinamis dengan pemulihan yang kuat di akhir periode setelah mengalami penurunan di tengahnya.

Peningkatan penjualan hp iphone yang terjadi di toko Badilan Grosir Singaraja mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk dan merek produk tersebut, atau perubahan tren gaya hidup yang mendorong minat beli yang lebih tinggi. Dengan adanya peningkatan penjualan hp iphone di toko Badilan Grosir

Singaraja ini, peneliti ingin melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian hp khususnya iphone di toko Badilan Grosir Singaraja. Dari hasil observasi awal dan wawancara sederhana terhadap 10 orang konsumen, sebagian besar menyatakan membeli hp iphone karena mengikuti tren gaya hidup masa kini akan penggunaan *smartphone* berbasis *iOS* dan juga karena mereka mengikuti pandangan yang positif terhadap kualitas hp iphone. Selain itu, beberapa faktor lain yang muncul dalam observasi awal yaitu, sebagian konsumen merasa bahwa harga iphone yang mahal sebanding dengan kualitas dan fitur yang ditawarkan. Kualitas kamera, daya tahan baterai, dan performa iphone menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Pelayanan yang baik dari toko, termasuk ketersediaan informasi dan bantuan teknis, juga mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudahan metode pembayaran, seperti cicilan atau pembayaran dengan kartu kredit, juga menjadi pertimbangan konsumen. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja dan membantu toko dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Menurut Kotler & Keller (2016), pengambilan keputusan konsumen adalah proses di mana individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membuat keputusan tentang pembelian barang dan jasa. Ini adalah proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, nilai, keyakinan, sikap,

dan gaya hidup konsumen. Dalam konteks keputusan pembelian hp iphone, pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana persepsi konsumen dan gaya hidup saling berinteraksi dan mempengaruhi keputusan pembelian menjadi penting.

Schiffman dan Kanuk (2004) mendefinisikan persepsi sebagai sebuah proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli menjadi gambaran dunia yang bermakna dan koheren. Persepsi berperan penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Persepsi konsumen terhadap produk dan merek mempengaruhi keputusan mereka tentang apa yang akan dibeli, dimana membelinya, dan berapa banyak yang harus dibayar untuk itu. Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian iphone di toko Badilan Grosir dapat dianalisis melalui beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Syahreza (2022), hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Ananda (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk.

Gaya hidup memiliki peran signifikan dalam keputusan pembelian iphone di toko Badilan Grosir Singaraja. Menurut Kotler & Keller (2016), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Ini adalah konsep kompleks yang mencakup berbagai faktor, termasuk nilai, keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang. Konsumen

dari toko Badilan Grosir yang memiliki gaya hidup tinggi cenderung membeli iphone karena mereka memiliki minat yang tinggi terhadap produk yang berkualitas tinggi dan memiliki status sosial yang lebih baik. Gaya hidup yang tinggi dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang lebih mahal dan memiliki fitur yang lebih canggih, sedangkan gaya hidup yang rendah dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang lebih terjangkau dan memiliki fitur yang lebih sederhana. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Exstrada (2020) hasil menunjukkan terdapat korelasi atau hubungan positif signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian pada para mahasiswa pengguna iphone. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Amira, 2023) hasil menunjukkan meskipun gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi masih ada faktor lainnya yang lebih besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor budaya, sosial dan psikologis. Dengan mempertimbangkan persepsi konsumen dan gaya hidup, konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang memenuhi kebutuhan teknologi mereka sambil mencerminkan persepsi dan gaya hidup mereka secara keseluruhan. Berdasarkan adanya fenomena dan perbedaan hasil penelitian di atas, disini peneliti melakukan penelitian ulang dengan judul pengaruh persepsi konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan penjualan hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja.
2. Adanya persepsi positif konsumen terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan.
3. Adanya gaya hidup masyarakat terhadap penggunaan hp premium.
4. Adanya kesenjangan dengan hasil penelitian terdahulu.

1.3 Pembatasan Masalah

Terdapat pembatasan penelitian ini yang meliputi fenomena masalah terjadi di rentan bulan januari sampai dengan maret tahun 2024, lokasi penelitian dilakukan di toko Badilan Grosir Singaraja dan penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yakni persepsi konsumen, gaya hidup dan keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, rumusan masalah penelitian yang diusulkan adalah:

1. Apakah persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja?
3. Apakah persepsi konsumen dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja.
2. Menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja.
3. Menguji pengaruh persepsi konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan atas dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya teori pemasaran dengan menambah wawasan tentang bagaimana variabel-variabel tersebut interaksinya dalam konteks industri *smartphone*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian lanjutan mengenai keputusan pembelian *smartphone* iphone serta memberikan kontribusi signifikan dalam bidang ilmu ekonomi khususnya tentang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi toko Badilan Grosir Singaraja dalam strategi pemasaran iphone. Dengan memahami persepsi konsumen dan gaya hidup, toko dapat merumuskan kampanye pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian.