

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era Milenial memiliki dampak cukup besar terhadap perkembangan dunia, terutama perkembangan teknologi dan informasi. Teknologi dan informasi banyak di gunakan untuk kepentingan suatu kelompok maupun individu, yang memiliki dampak dalam keberlangsungan suatu kegiatan mereka. Teknologi juga membantu dalam mengembangkan inovasi-inovasi baru yang diciptakan untuk membantu pekerjaan manusia, seperti teknologi informasi yang digunakan dalam mencari informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain ataupun digunakan dalam mempermudah pekerjaan kita. Teknologi informasi yang sering kita gunakan dalam kegiatan sehari-hari seperti laptop, komputer, dan gawai.

Penggunaan teknologi informasi kian hari semakin meningkat, terutama di Indonesia semakin banyak orang yang membutuhkan teknologi informasi yang digunakan untuk mengakses informasi ataupun berkomunikasi dengan orang lain, salah satunya dengan menggunakan gawai. Gawai merupakan salah satu alat teknologi informasi yang banyak digunakan dalam kegiatan sehari-hari, baik di rumah, ataupun di luar rumah. Banyaknya pengguna gawai dapat dilihat pada table di bawah :

Tabel 1.1
Data Penjualan Gawai Pertahun

Tahun	Unit (juta)
2016	65,2
2017	74,9
2018	83,5
2019	92

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>

Gawai kini perkembangannya semakin meningkat, dengan meningkatnya kebutuhan akan gawai, membuat perusahaan teknologi informasi berlomba untuk mengembangkan produknya sebagai salah satu strategi persaingan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya. Dalam perkembangan dan persaingannya perusahaan selalu memperhatikan berbagai aspek untuk meningkatkan keputusan pembelian gawai, seperti perusahaan dapat melihat perkembangan dunia bagaimana permintaan konsumen untuk memenuhi gaya hidupnya. Tidak hanya itu perusahaan juga harus memperhatikan kemauan konsumennya yang selalu berubah-ubah setiap waktu baik karena kemauan dirinya sendiri maupun pengaruh dari lingkungan luar yang nantinya menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian termasuk didalamnya adalah keputusan pembelian gawai samsung.

Salah satu cara yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya dengan memperhatikan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2007) keputusan pembelian adalah perilaku yang dilakukan konsumen yang merupakan sebuah tahapan sebelum

melakukan keputusan pembelian. Pengambilan keputusan merupakan aktivitas individu dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang di tawarkan. Peneliti terdahulu mengenai pembelian produk dapat membentuk beberapa pola konsumen dengan memberikan pandangan atau nilai suatu produk yang cocok dengan aktivitas tersebut (Alsabiyah, 2019). Keputusan pembelian suatu produk atau jasa, memiliki banyak faktor yang mempengaruhinya diantaranya gaya hidup, faktor sosial dan faktor pribadi.

Dalam melakukan keputusan pembelian banyak faktor yang mempengaruhinya salah satunya gaya hidup, menceritakan bagaimana seseorang bangun dari pagi hari sampai tidur di malam hari. Pakaian yang akan dikenakan hari ini, kegiatan yang akan dilakukan, sesuatu hal yang membuat seseorang tertarik pada hari ini, opini seseorang dalam menanggapi sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2012) gaya hidup merupakan siklus hidup yang diungkapkan seseorang dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang. Tindakan dalam menghabiskan waktu, uang, tenaga dan tentu saja sumber daya lainnya, jenis aktivitas yang dilakukan seseorang akan memengaruhi kebutuhan dan minat pada sebuah produk. Harapan konsumen membeli produk yang dapat mendukung akan kebutuhan mereka akan gaya hidup.

Tidak hanya gaya hidup yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen, namun banyak faktor yang dapat

mempengaruhinya salah satunya adalah faktor sosial, menurut Kotler dan Keller (2012) faktor sosial secara formal dan informal memengaruhi orang lain. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok referensi atau acuan, keluarga serta peran dan status sosial. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan status komunitas atau kesetaraan penghargaan secara berkelanjutan dan secara informal berinteraksi satu sama lain yang nantinya memberikan dampak pada keputusan seorang individu.

Seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada dasarnya akan kembali pada dirinya sendiri, apakah pilihannya untuk membeli atau tidak. Menurut Swastha dan Irawan (2008) faktor pribadi dapat didefinisikan sebagai pola sifat pribadi yang dapat menentukan respons terhadap perilaku. Kepribadian adalah faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk atau layanan. Perbedaan kepribadian dari konsumen dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya, dan memahami karakteristik kepribadian konsumen akan sangat berharga bagi produsen (Saputro, 2017). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, pendapatan (kondisi ekonomi), gaya hidup dan kepribadian (Kotler & Amstrong, 2008).

Salah satu perusahaan yang ikut mengembangkan teknologi informasi salah satunya yaitu Samsung grub, yang merupakan perusahaan elektronik terbesar di dunia, didirikan oleh Lee Byung-chull

pada tanggal 1 maret tahun 1938 di Korea Selatan. Perusahaan ini menciptakan produk teknologi informasi berupa, Kompuer, laptop, jam pintar, dan terutama gawai. Dengan berkembangnya dunia Samsung grub mengembangkan berbagai macam produknya-produknya terutama gawai. Dalam perkembangannya, perusahaan ini selalu menggunakan strategi yang apik untuk meningkatkan penjualannya. Strategi yang dikembangkan terasebut secara tidak langsung akan membuat pelanggan tertarik dengan produk dari samsung, yang sudah di kembangkan baik strateginya ataupun kualitas nya yang nantinya akan membuat keputusan pembelian konsumen akan meningkat. strategi yang dilakukan dapat di ukur dari faktor Gaya Hidup, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial. Dapat di lihat pada data top brand di bawah ini, bahwa gawai samsung menjadi urutan pertama pada tahun 2018, dapat di lihat dari data top brand:

Tabel 1.2
TOP BRAND AWARD 2018

MEREK	TBI
SAMSUNG	45,8 %
OPPO	16,6 %
XIAOMI	14,3 %
VIVO	4,5 %

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Dapat dilihat pada urutan pertama samsung menjadi urutan pertama dengan presentasi 45,8 % , dan pada urutan kedua adalah oppo yang besar presentasinya 16,6 % , dan lainnya presentasinya berada di bawah keduanya. Dari adanya permasalahan masalah di atas, dan didukung data top brand award, peneliti tertarik untuk mengambil objek penelitian mengenai **“Pengaruh Gaya Hidup, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Samsung Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang Angkatan 2016”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016 ?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016 ?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016 ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016.
- 2 Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016.
- 3 Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh faktor kepribadian terhadap keputusan gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016.

1.4 Manfaat Peneliti

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar nantinya memberikan dampak positif, serta penelitian ini dapat memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya mengenai gaya hidup, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memeberikan informasi yang dapat digunakan dan di terapkan oleh Samsung grub guna meningkatkan penjualan, dengan memperhatikan gaya hidup, faktor

sosial, dan faktor pribadi sebagai salah satu strategi keputusan pembelian. serta dapat digunakan sebagai masukan bagi mahasiswa untuk meningkatkan kegiatan pembelajarannya.

1.5 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah hanya sampai pengaruh gaya hidup, faktor sosial, dan faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian gawai samsung pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016.