

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kehidupan dunia bisnis yang mengalami perkembangan dan perubahan membawa pengaruh terhadap munculnya berbagai macam produk sejenis. Disertai dengan isu globalisasi dan informasi telah membawa masyarakat lebih kritis dan peka dalam pemilihan produk yang mereka beli. Hal tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran pada pola hidup konsumen, pada kondisi ini masyarakat sebagai konsumen suatu barang atau jasa akan dapat memilih produk mana yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, keuangan dan selera.

Semakin tumbuh dan berkembangnya perusahaan dengan produk sejenis mengakibatkan persaingan semakin ketat. Untuk bisa menghadapi persaingan tersebut, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan perilaku konsumen yang setiap saat berubah karena banyaknya variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa. Dalam rangka inilah perusahaan sebagai produsen harus melaksanakan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan cara mempertahankan keberadaan produk dan mengembangkannya untuk mendapatkan laba yang optimal.

Pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan yang berarti dalam perencanaan strategi pemasaran. Hal ini juga berguna dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman baik masa kini maupun masa yang akan datang keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari

dapat dipengaruhi berbagai variabel, baik yang berasal dari dalam diri konsumen maupun dari luar konsumen. Beberapa variabel dari luar konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga. Sedangkan variabel yang berasal dari dalam diri konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti persepsi, sikap, kepribadian, konsep diri, belajar dan motivasi.

Produk telepon genggam mewah saat ini sudah mendominasi gaya hidup sebagai masyarakat. Telepon genggam tersebut diantaranya Blackberry, Samsung Smart Phone Galaxy Note IV dan Iphone 5G dan 6G. Penelitian ini hanya fokus pada Smart Phone Samsung Galaxy Note III dan Note IV yang saat ini menjadi salah satu produk handphone yang lebih menonjolkan pada gaya hidup. Tabel 1.1 berikut ini menyajikan pangsa pasar *smartphone* di Indonesia .

Tabel 1.1 Pangsa Pasar *Smartphone* di Indonesia

Periode	Samsung	Apple	Black berry	Asus	Sony	Other (Advan,Xiaomi,Lenovo)
2012	29.1%	20.9%	5.5%	4.6%	0.9%	39.0%
2013	28.9%	17.5%	6.4%	5.7%	2.0%	39.5%
2014	19.9%	19.7%	6.5%	6.3%	4.4%	45.7%

Sumber: <http://uceng999.com/5-vendor-merk-smartphone-terbaik/2014>

Menurut Tabel 1.1 Menunjukkan pangsa pasar Smartphone di Indonesia Samsung berada pada peringkat paling atas. Walaupun terjadi penurunan penjualan dari tahun ke tahun, Samsung akan optimis selalu bisa diatas pesaing beratnya apple, dengan produk andalannya Samsung Note, Samsung menarik Pelanggan yang berorientasi dengan Gaya hidup hal ini dapat terlihat dari setiap tahunnya penjualan Samsung Note selalu berada diatas pesaing pesaing lainnya terutama apple, yang juga mendorong perolehan pangsa pasar Samsung smartphone di

Bandar Lampung berada diperingkat pertama di tahun 2014.

Tabel 1.2 berikut ini menyajikan pangsa pasar *smartphone* di Kota Bandar Lampung

Tabel 1.2 Pangsa Pasar *Smartphone* di Bandar Lampung

No	Merek	Pangsa Pasar
1	Samsung	44%
2	Apple	28%
3	Blackberry	12%
4	Asus	6%
5	Sony	4%
6	Lainnya	6%

Sumber : Asosiasi Pedagang Handphone Di Bandar Lampung, 2014

Oleh karna itu penelitian ini berfokus hanya pada *smartphone* merek Samsung. *Smartphone* yang dikeluarkan oleh Samsung adalah Galaxy Note III yang dikeluarkan tahun 2012 dan menyusul Galaxy Note IV yang dikeluarkan pada bulan Februari 2014. Kedua jenis *smartphone* ini secara bentuk tidak berubah hanya pada sistem operasinya saja yang mengalami pembaharuan yaitu dari 4,3 jellybean menjadi 4.4.4 kitkat.

Tabel 1.3 berikut ini menyajikan rata-rata penjualan Samsung Galaxy Note III dan IV di Bandar Lampung yang tercatat pada agen besar pemegang penjualan Samsung Galaxy Note IV di Lampung.

Tabel 1.3 Penjualan Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1	Januari	156
2	Ferbruari	124
3	Maret	178
4	April	231
5	Mei	214
6	Juni	224
7	Juli	187
8	Agustus	288

Tabel 1.3 Penjualan Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung  
(Lanjutan).

9	September	189
10	Oktober	287
11	November	314
12	Desember	381
	Jumlah	2773
	Rata-rata	231

Sumber : Samsung Store Jl.Kartini Bandar Lampung, 2014

Menurut Tabel 1.3 terlihat jumlah penjualan mengalami fluktuasi. Penjualan tertinggi yang melakukan pembelian tertinggi terjadi pada bulan Desember sebanyak 381 handphone dan terendah terjadi pada bulan Februari sebanyak 124 handphone. Berfluktuasinya jumlah penjualan mengindikasikan jumlah pendapatan toko yang menjual juga berfluktuasi. Keadaan yang demikian mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Selain berfluktuasinya jumlah penjualan Samsung Galaxy Note III dan IV, gaya hidup, kelompok referensi, bauran pemasaran juga ikut mempengaruhi pembelian jenis telepon ini, pernyataan ini sesuai dengan penelitian Afrida Fatharani(2009) juga Hery Heryanto(2011). Samsung Galaxy Note III dan Note IV tergolong handphone dengan harga yang relative mahal dan memerlukan pengetahuan khusus untuk menggunakannya. Samsung Galaxy Note III dan IV biasanya digunakan oleh mereka yang mengetahui perkembangan teknologi handphone terbaru dan lebih dominan dipengaruhi oleh teman pergaulan dan penekanan pada gaya hidup modern.

Menurut hal tersebut maka konsumen mengadakan pemilihan produk yang dapat memenuhi kebutuhan secara maksimal. Faktor-faktor tersebut merupakan

pertimbangan logis yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk. Yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup (faktor psikologi), kelompok referensi (faktor sosial) serta produk, harga, promosi dan saluran distribusi, proses, *people* (bauran pemasaran).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Menurut uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah gaya hidup, kelompok referensi, produk, harga, promosi, dan saluran distribusi, proses, *people* (Bauran Pemasaran) memiliki pengaruh baik secara (bersama-sama) simultan ataupun parsial terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung?;
2. Antara variabel tersebut, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen dalam Pembelian Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok referensi, produk, harga, promosi, dan saluran distribusi, proses, *people* (bauran pemasaran) memiliki pengaruh baik secara (bersama-sama) simultan ataupun parsial terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung;
2. Mengetahui faktor manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung.

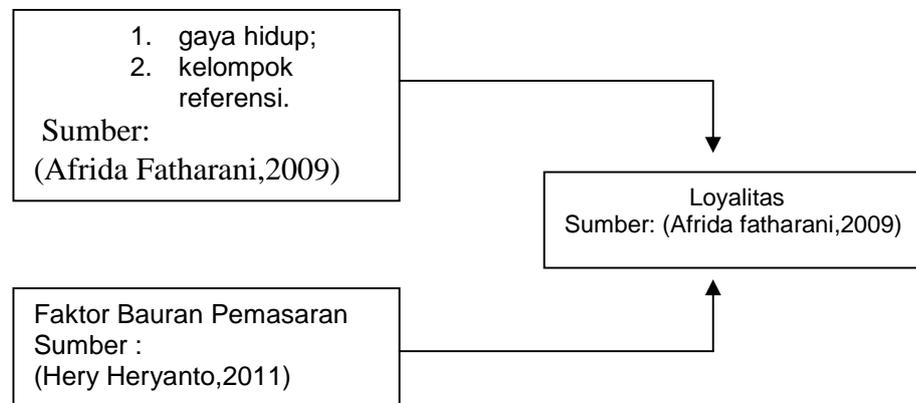
## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Sebagai masukan kebijakan bagi pimpinan Samsung Store Di Bandar Lampung;
2. Sebagai masukan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, dan pengembangan kajian manajemen pemasaran;
3. Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya tentang pengaruh gaya hidup, kelompok referensi dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian suatu produk (barang/jasa).

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian perilaku konsumen ini adalah :



Gambar 1.1 Model Gaya Hidup, Kelompok Referensi dan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas

### 1.5.1 Kerangka Konseptual

Dunia usaha selalu berkembang secara dinamis dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin mengikuti jumlah perkembangan konsumen itu sendiri.

Dunia usaha berperan untuk memenuhi kebutuhan barang/jasa yang diperlukan dengan menawarkan berbagai ragam barang/jasa. Pada dasarnya, konsumen sebagai pasar potensial bagi dunia usaha, merupakan entitas yang unik dan membingungkan. Sebagai makhluk sosial, maka keberadaan konsumen sebagai entitas yang unik perlu diperhatikan dalam berbagai aspek kehidupannya, diantaranya adalah pandangan konsumen terhadap gaya hidup, kelompok referensi dan bauran pemasaran yang mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pelanggan *smartphone* merek Samsung galaxy Note III dan Note IV di dunia usaha

Dengan demikian, maka dunia usaha dan konsumen dapat saling memahami. Dunia usaha akan menyediakan/menawarkan barang/jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, sementara konsumen akan melakukan pembelian barang/jasa yang memang dibutuhkan olehnya, sehingga akan terwujud suatu kesinambungan kepentingan antara dunia usaha dan konsumen. Produk merupakan sesuatu yang dibutuhkan konsumen dalam kehidupannya, walau masih ada faktor lain yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian seperti yang diuraikan pada paragraf sebelumnya, yaitu gaya hidup, kelompok referensi dan bauran pemasaran.

## **1.6 Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Variabel gaya hidup, kelompok referensi dan bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung.