

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era digital sekarang ini perkembangan teknologi semakin pesat. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat mulai bergantung dengan teknologi komunikasi yaitu internet. Untuk itu masyarakat membutuhkan peralatan komunikasi yang digunakan untuk bisa mengakses internet. Dari beragam peralatan komunikasi, smartphone menjadi yang paling banyak penggunaannya. Pengertian Smartphone secara umum adalah jenis telepon seluler yang memiliki lebih banyak fitur dari telepon seluler biasa, sehingga smartphone tidak hanya dipergunakan untuk media komunikasi tapi bisa pula dipergunakan untuk keperluan bisnis oleh pengusaha ataupun masyarakat umum (Ridi Ferdiana, 2008) (Ulwanusy Syukri & Logahan, 2019).

Menurut Nelly dkk (2001) bahwa, inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil dipasarkan. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk.

Thomas W. Zimmerer (2008:57) bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

Crawfords dan De Benedetto (2000:9) menyatakan bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana

sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi disegala proses fungsional/kegunaannya.

Menurut Haryanti dan Nursusila (2016:3) inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep atau suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut

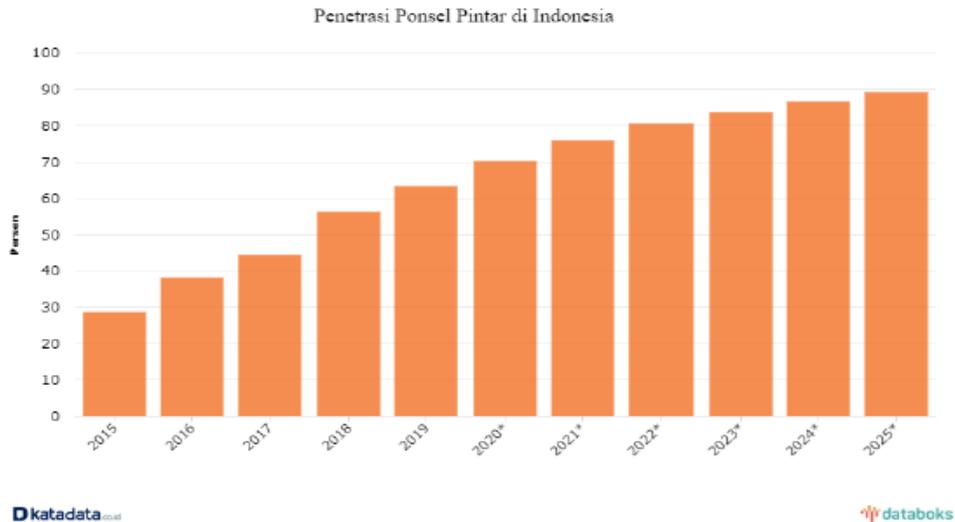
Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari produk-produk sebelumnya, dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi. Dari pada itu dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk *smartphone* atau *handphone* jenis tertentu sebelumnya.

*Smartphone* merupakan salah satu kebutuhan masyarakat modern saat ini yang akan menunjang aktifitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan

elektronik sehingga bermunculan banyak berbagai merek-merek *smartphone*. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan *smartphone* telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak *smartphone* yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi.

Dinamika persaingan industri *handphone* semakin menantang, produsen semakin berlomba-lomba menciptakan sebuah produk agar dapat memikat hati para konsumen. Produsen tidak hanya dituntut untuk menciptakan sebuah produk, tetapi harus menciptakan produk yang memiliki nilai tambah atau nilai lebih dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Indonesia merupakan pasar yang cukup besar dalam industri telekomunikasi *handphone*, masyarakat seolah dimanjakan dengan berbagai merek, fitur, layanan dan harga yang ditawarkan. Pengguna *handphone* di Indonesia diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2025 (gambar 1), lebih dari setengah populasi di Indonesia sebesar 56,2% sejak 2018 masyarakat Indonesia telah menggunakan *handphone* dan ditahun 2025 diprediksi setidaknya 89,2% populasi di Indonesia akan menggunakan *handphone* (katadata.co.id, 2020).

**Gambar 1.1 Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia**



Sumber : Katadata (2022)

Terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing di Indonesia antara lain Samsung, Oppo, Vivo, Xioami, Realme dan lain-lain. Pasar *smartphone* seperti ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara para kompetitor usaha di bidang telekomunikasi. Merujuk data IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, pertumbuhan tersebut terjadi setelah pemulihan kuat di kuartal IV tahun 2021. Tercatat dengan pengiriman sebanyak 40,9 juta unit *smartphone* yang menghasilkan pertumbuhan pasar sebesar 11%.

**Gambar 1.2 Top Market Share Smartphone Indonesia**

Indonesia Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, Q4 2021 (shipments in millions)					
Company	2021Q4 Shipments	2021Q4 Market Share	2020Q4 Shipments	2020Q4 Market Share	YOY Growth
1. OPPO	2.1	20.0%	2.7	23.2%	-24.8%
2. vivo	2.0	19.6%	2.7	23.3%	-26.6%
3. Samsung	1.9	18.9%	1.6	13.5%	21.6%
4. Xiaomi	1.6	15.2%	1.8	15.3%	-13.9%
5. realme	1.4	13.5%	1.6	14.0%	-16.0%
Others	1.3	12.8%	1.2	10.6%	5.4%
Total	10.3	100.0%	11.8	100.0%	-12.8%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 2021Q4

Penetrasi *handphone* dan pertumbuhan data internet yang tinggi kini mengubah perilaku konsumen di Indonesia. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Neurosensum daya minat belanja konsumen *handphone* di Indonesia mengalami peningkatan. Dari berbagai merek yang tersedia dipasar, konsumen akan memilih merek setelah melalui tahap percobaan terhadap merek yang berbeda, apabila dirasa merek tertentu cocok dan memenuhi apa yang diharapkan maka konsumen akan terus mencari merek tersebut (Nurhayati, 2017).

Dengan persaingan yang ketat pada industri telekomunikasi terutama pada merek *hanphone* membuat perusahaan semakin terpacu untuk selalu berinovasi dan memenangkan persaingan. Salah satu, cara memenangkan persaingan strategi pemasaran yang tepat akan menentukannya. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Sedangkan,

Manajemen pemasaran adalah suatu teknik yang secara keseluruhan merupakan kegiatan bisnis yang dipersiapkan untuk menyusun, menentukan harga, serta menyalurkan suatu produk, jasa dan ide yang bisa memenuhi kebutuhan pasar sasaran sehingga tercapai tujuan perusahaan tersebut. Tjiptono dan Diana (2020:3).

Adanya perbedaan minat pembelian terhadap merek *handphone* yang berbeda menunjukkan adanya perbedaan perilaku konsumen. Pemahaman perilaku konsumen adalah tentang bagaimana tindakan yang langsung oleh konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan (Setiadi, 2019).

Dalam memilih produk yang akan dibeli, konsumen akan mengevaluasi produk yang ditawarkan sebelum menetapkan keputusan pembelian. Menilai apakah produk tersebut benar-benar memiliki kualitas yang baik dan apakah produk tersebut mampu memenuhi keinginannya dengan segala atribut yang ditawarkan atau tidak. Fenomena tersebut tentu membuat produsen harus lebih lagi dalam melakukan pendekatan kepada konsumen untuk mengetahui apa yang konsumen inginkan dan harus mempelajari perilaku konsumen yang beragam.

Menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperhatikan tingkat daya beli konsumen merupakan hal yang dipertimbangkan

suatu perusahaan sebelum meluncurkan produk jenis baru. Hal inilah yang menjadikan peran inovasi produk sangat penting bagi perusahaan untuk menawarkan produknya. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai oleh konsumen. Tanpa inovasi produk, produk suatu perusahaan dapat tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar.

Di pihak lain konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika ternyata tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, perusahaan tidak hanya akan kehilangan kepercayaan pelanggan namun juga berpotensi ditinggalkan pelanggan. Menurut Kotler (2016:454), Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain.

Saat ini Inovasi produk Smartphone banyak memberikan kemudahan terutama bagi mahasiswa. Mahasiswa dituntut untuk lebih cepat tanggap dalam informasi mengenai berita begitupun materi-materi perkuliahan yang sebagian besar dapat diperoleh melalui internet.

*Handphone* dapat diibaratkan sebagai candu yang harus dibawa kemanasaja oleh pemiliknya, karena mempunyai keunggulan yang praktis dan mudah dibawa. Saat ini, *handphone* bukan hanya sekedar alat komunikasi saja, namun juga mencerminkan ikatan emosional dan budaya yang melambangkan status sosial penggunanya. Fenomena itu menjadikan ukuran status manusia karena gengsi dan gaya hidup dari konsumen. Sehingga konsumen selalu berlomba untuk selalu update dengan *handphone* yang lebih baru. Berbagai fitur

yang ditawarkan juga sekarang semakin beraneka ragam dan handphone juga menjadi trend gaya hidup di kalangan masyarakat.

Gaya hidup pada umumnya adalah cara seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, dimana aktivitas-aktivitas tersebut meliputi cara mereka menghabiskan waktunya, minat mereka atau seputar hal-hal yang mereka anggap penting di sekitarnya. Gaya hidup merupakan pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain, dan karakter dasar seperti tahap yang pernah mereka lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan, dan tempat mereka tinggal. Menurut Sumarwan (2017), gaya hidup pada seseorang tidak permanen yang digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini. Penggunaan ponsel pintar atau *smartphone* di Indonesia kini tak lagi sekadar alat komunikasi, tapi juga sebagai alat bantu kegiatan sehari-hari bahkan menjadi salah satu ikon gaya hidup bagi segelintir orang. Begitupun di Kecamatan Pesisir Bukit *smartphone* telah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Salah satu, *smartphone* yang banyak digunakan masyarakat dalam menjalankan aktivitas adalah Samsung yang memiliki kualitas yang baik.

Sikap konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk pembelian barang berharga jual rendah dan tinggi konsumen perlu pertimbangan pengambilan keputusan yang matang diantaranya sikap konsumen.

Menurut Damiati, dkk (2017:36), sikap merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaannya atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Menurut Sumarwan (2014:166), sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Sikap masyarakat kecamatan Pesisir Bukit terhadap produk *smartphone* Samsung dikarenakan kepercayaan konsumen terhadap kualitas, fitur dan manfaat yang didapatkan setelah membeli atau menggunakannya.

Salah satu *smartphone* yang digemari dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Samsung. Samsung merupakan perusahaan pembuat perangkat elektronik terbesar di dunia, dan berkantor di *Seocho Samsung Town* di Seoul, Korea Selatan. Perusahaan ini adalah perusahaan Korea Selatan yang terbesar dan merupakan ikon dari Samsung Group, yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Pertama kali Samsung mengeluarkan *handphone*, baru pada dekade 90-an, Samsung Group mengeluarkan *mobile phone*, berawal mengikuti perkembangan zaman, Samsung Group mengeluarkan produk *handphone* yang ternyata lumayan menarik pasar dunia.

Perkembangan *handphone* Samsung pada saat ini yang berkembang pesat adalah Samsung Android. Samsung saat ini dikenal sebagai produsen *handphone* android terbesar di dunia. Bahkan popularitas *handphone* Samsung pun mengalahkan *Apple Phone*. Namun, perjalanan Samsung untuk menjadi produsen *smartphone* terbesar di dunia cukup lama. *Handphone* Samsung Android banyak dicari konsumen karena banyak faktor, diantaranya spesifikasi dan fitur setiap

*handphone* Samsung selalu update terbaru untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan dan harga hp Samsung android disesuaikan dengan teknologi baru yang menyertainya. Desain *handphone* Samsung selalu elegan dan terlihat mewah bila dilihat secara cermat dilengkapi teknologi terbaru baik sistem operasi dan spesifikasi maupun fitur-fitur yang lengkap diberikan mengikuti perkembangan teknologi *gadget*. Samsung memang selalu *up to date* di bidang teknologi modern yang setiap pengguna *gadget* baik *handphone* maupun *smartphone* dan teknologi elektronik buatan Samsung lainnya akan merasa sangat puas.

Penggunaan *smartphone* samsung tersebar diseluruh Indonesia termasuk di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh. Pengguna *Smartphone* Samsung tersebar Di 9 (Sembilan) Desa Di Kecamatan Pesisir Bukit. berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rohimah, Dkk (2015) yang berjudul Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna *Smartphone* Samsung Di Plasa Marina Surabaya). Diperoleh hasil inovasi produk dan gaya hidup *brand minded* berpengaruh perilaku pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Royani Pasi (2017), dengan judul Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah. Diperoleh hasil Sikap memberikan gambaran terhadap tindakan yang akan dilakukan sehingga dengan demikian sikap dapat mempengaruhi perilaku seseorang di dalam kehidupannya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk meneiliti tentang perilaku konsumen dalam menggunakan *smartphone* Samsung di

Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh**”.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?
2. Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?
3. Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?
4. Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Simultan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?

2. Untuk mengetahui Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?
3. Untuk mengetahui Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Parsial ?
4. Untuk mengetahui Bagaimanakah dan Berapa Besar Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan *Smartphone* Samsung Di Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Secara Simultan ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu bermanfaat untuk banyak pihak, antara lain :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini memberi wawasan bagi peneliti mengenai penelitian yang bersifat ilmiah mengenai pengaruh inovasi produk, gaya hidup dan sikap perilaku konsumen menggunakan *handphone*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi manajemen Samsung dalam merancang strategi pemasaran khususnya dalam menciptakan keputusan pembelian yang didasarkan pada inovasi produk, gaya hidup dan sikap. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah koleksi dan sebagai

bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar dapat memperbaiki kelemahan dari peneliti sebelumnya



