

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya globalisasi membuat perkembangan di dunia industri. Hal ini juga berdampak pada tingkat konsumsi masyarakat baik kebutuhan primer maupun sekunder. Dilihat dari perkembangan teknologi saat ini, kepemilikan terhadap alat elektronik bagaikan sebuah keharusan yang harus dimiliki, salah satunya *handphone*. Hal ini ditunjukkan dari perkembangan teknologi elektronik khususnya alat telekomunikasi *smartphone* di Indonesia saat ini semakin meningkat.

Kebutuhan pada alat komunikasi seperti *smartphone* selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan berbagai jenis dan merek *smartphone*. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi. Sehingga membuat pengguna *smartphone* semakin bertambah setiap tahunnya.

Menurut laporan dari lembaga riset E- Marketer bahwa pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan tumbuh hampir dua kali lipat dari 55 juta pada tahun 2015, menjadi 100 juta orang pada tahun 2018. E-Marketers pun memprediksi, pasar mid-level akan terus berkembang dengan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia.<sup>1</sup> Dan saat ini

---

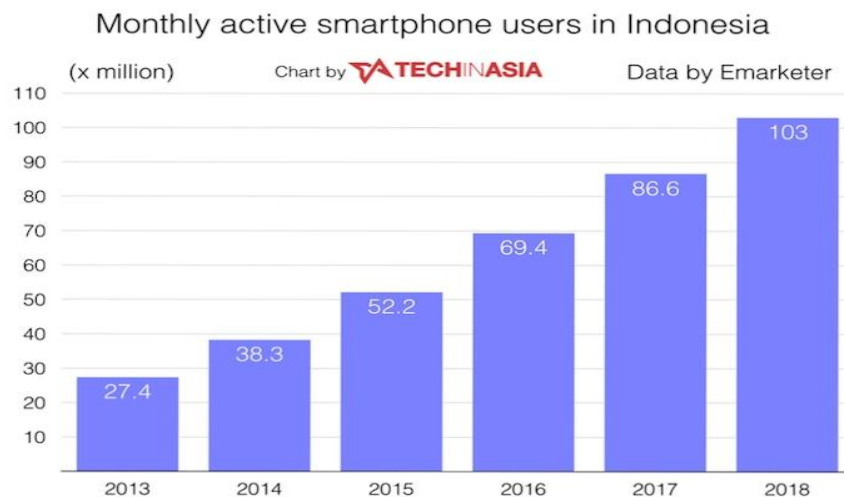
<sup>1</sup> <http://googleweblight.com/i?u=http://m.industry.co.id/read/27584/gfk-industri-smartphone-indonesia-meningkat-dua-tahun-terakhir&hl=id-ID>

Indonesia menduduki peringkat keempat setelah China, India dan Amerika sebagai negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbanyak di dunia.<sup>2</sup>

Hal itu dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

**Gambar 1.1**

**Data Peningkatan Pengguna *Smartphone* di Indonesia**



Sumber: <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>

Pada gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Diprediksi bahwa pengguna *smartphone* akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang.

Pada zaman sekarang mahasiswa tidak bisa jauh dari *smartphone* begitu juga dengan mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang karena banyak kemudahan seperti *chatting*, *browsing*, bermain *game*, kamera, dan juga untuk bekerja atau pembelajaran. Saat ini mahasiswa sangat membutuhkan internet, atau bisa dibilang sebagai kebutuhan pokok.

---

<sup>2</sup> : <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>

Dengan adanya internet memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi dan sebagai alat untuk pembelajaran. Ketergantungan tersebut menyebabkan permintaan masyarakat atau kalangan mahasiswa terhadap *smartphone* jadi meningkat. Hal tersebut menarik minat perusahaan untuk menciptakan berbagai jenis *smartphone* untuk memenuhi permintaan masyarakat.

Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Seiring dengan meningkatnya permintaan, saat ini terdapat beberapa vendor *smartphone* yang bersaing di Indonesia antara lain: Apple, Samsung, Xiaomi, OPPO , Vivo, Advan, dan masih banyak lagi. Keadaan seperti ini yang menyebabkan ketatnya persaingan pada bidang telekomunikasi.

Dari beberapa merek *smartphone*, salah satu produk yang terkenal di Indonesia yaitu *smartphone* OPPO yang berasal dari Negara China. Keunggulan dari *smartphone* ini antara lain *cameraphone*, tampilan cantik, desain seksi, prosesor macho, colorOS dan baterai yang panjang umur.<sup>3</sup> OPPO Elektronik Corf, berdiri pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik. Dan pada bulan April 2013 OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi.<sup>4</sup>

Di tahun pertamanya OPPO di sambut baik di pasar *smartphone* Indonesia. Terbukti dalam kurun waktu beberapa bulan pada kuartal IV tahun 2013 *smartphone* OPPO mampu menduduki 5 besar *smartphone* teratas di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

---

<sup>3</sup> <https://carisinyal.com/kelebihan-dan-kekurangan-oppo/>

<sup>4</sup> <https://opposmartphonecp.wordpress.com/sejarah/>

**Tabel 1.1**  
**5 Smartphone Teratas di Indonesia Q4 2013**

Rank	Vendors	Market Share
1	Samsung	39%
2	Andromax	20%
3	Lenovo	11%
4	OPPO	9%
5	Sony	7%
6	Others	14%
<b>Total Share Market</b>		<b>100%</b>

Sumber: IDC, 2019.

Berdasarkan riset lembaga IDC (*international Data Corporation*) terhadap pertumbuhan penjualan *smartphone* di Indonesia. Dapat dilihat pada tahun pertamanya di kuartal IV tahun 2013 *smartphone* OPPO menduduki posisi ke empat dengan raihan pangsa pasar sebesar 9%.<sup>5</sup> Dan perkembangan tahun berikutnya dapat dilihat dari tabel 1.2 dibawah ini:<sup>6</sup>

**Tabel 1.2**  
**5 Smartphone Teratas di Indonesia pada (Q4 2014 dan Q4 2015)**

Rank	Q4 2014		Q5 2015	
	Vendors	Market Share	Vendors	Market Share
1	Samsung	21,9%	Asus	21,9%
2	Smartfren	11,1%	Samsung	19,7%
3	Asus	11%	Smartfren	9,7%
4	Advan	8,7%	Lenovo	9,2%
5	Lenovo	2,5%	Advan	8,8%
6	Others	44,7%	Others	30,7%
<b>Total Market Share</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Data diolah, 2019

<sup>5</sup> [www.slideshare.net/mobile/yogismobiletech/penjualan-smartphone-pad-kuartal-4-tahun-2013](http://www.slideshare.net/mobile/yogismobiletech/penjualan-smartphone-pad-kuartal-4-tahun-2013)

<sup>6</sup> <http://id.priceprice.com/harga-hp/news/Siapa-Penguasa-Pangsa-Pasar-Smartphone-di-Indonesia-2014-2017-4767/>, 2018

Pada tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pada kuartal IV tahun 2014 dan kuartal IV 2015 *smartphone* OPPO mengalami penurunan, karena posisinya tergeser oleh beberapa pesaingnya seperti ASUS dan Smartfren. Namun penurunan itu tidak berlangsung lama. Pada tahun selanjutnya OPPO kembali mengalami peningkatan dan mampu meraih kembali posisi 5 *smartphone* teratas di Indonesia.

**Tabel 1.3**

**5 Smartphone teratas di Indonesia(Q2 2016 dan Q3 2017)**

Rank	Q2 2016		Q3 2017	
	Vendors	Market Share	Vendors	Market Share
1	Samsung	26%	Samsung	30%
2	OPPO	19%	OPPO	25,5%
3	Asus	9%	Advan	8,3%
4	Advan	8%	Vivo	7,5%
5	Lenovo	6%	Xiaomi	6,2%
6	Others	32%	Others	22,5%
<b>Total Market Share</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Data diolah, 2019

pada tabel 1.3 diatas dapat dilihat kuartal II ditahun 2016 *smartphone* OPPO kembali memasuki 5 besar sebagai *smartphone* teratas di Indonesia, yaitu dengan raihan pangsa pasar sebesar 19%. Dan pada kuartal III tahun 2017 *smartphone* OPPO tetap bertahan di posisinya dengan raihan pangsa pasar sebesar 25,5% berada dibawah Samsung dengan raihan pangsa pasar sebesar 30%.

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli suatu produk. semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang

ada.<sup>7</sup> Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk yaitu persepsi, lingkungan, dan gaya hidup.

Dari perkembangan tersebut dan pengguna *smartphone* OPPO yang saya temui, beberapa diantara mereka menyukai atau membeli *smartphone* OPPO karena persepsi mereka yang beranggapan bahwa *smartphone* OPPO memiliki harga yang terjangkau dan memiliki kualitas seperti kamera, kapasitas RAM, dan baterai yang sudah cukup memadai.

Kedua, mahasiswa membeli *smartphone* OPPO karena adanya pengaruh dari lingkungan. lingkungan sangat mempengaruhi reaksi konsumen terhadap produk yang ditawarkan, mereka membeli *smartphone* OPPO karena adanya dorongan dari keluarga, kelas sosial, budaya dan lain-lain.

Selanjutnya, mahasiswa membeli *smartphone* OPPO dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup konsumen dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan rumah tangga, pekerjaan, dan jenis produk dan jasa yang akan dibeli. Jadi sebelum mahasiswa membeli *smartphone* OPPO mereka mempertimbangkan beberapa hal seperti ketertarikan, pengetahuannya terhadap *smartphone* tersebut, mempertimbangkan pendapatannya atau keluarganya, mempertimbangkan manfaat, dan mempertimbangkan merek dari jenis produk *smartphone* yang akan dibelinya.

Adapun dalam hal ini peneliti melampirkan *research gap* variabel persepsi, lingkungan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Etta Mamang Sungadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), Hlm. 121.

Tabel 1.4

**Research Gap pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian**

Pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif	Riski Satrio Nugroho (2018)
	Tidak terdapat pengaruh	Ratlan Pradede dan Tarcicius Yudi Haryadi (2016)

(sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber)

Berdasarkan tabel *research gap* diatas menguraikan bahwa pengaruh persepsi Riski Satrio Nugroho (2018) menunjukkan hasil bahwa persepsi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan Ratlan Pradede dan Tarcicius Yudi Haryadi (2016) menunjukan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.5

**Research Gap lingkungan terhadap keputusan pembelian**

Pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif	Shela Gusti Ari Harlianto (2015)
	Tidak terdapat pengaruh	Lailasari DKK.

(sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber)

Pengaruh lingkungan yang diteliti oleh Shela Gusti Ari Harlianto (2015). menunjukkan hasil bahwa lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan Felisianus menunjukan bahwa lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone*.

Tabel 1.6

**Research Gap gaya hidup terhadap keputusan pembelian**

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif	Alentra Ratna Julia Purba (2015)
	Tidak terdapat pengaruh	Yunita Lismatik Agus

(sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber)

Pengaruh gaya hidup yang diteliti oleh Alentra Ratna Julia Purba (2015), menunjukkan hasil bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan Yunita Lismatik Agus menunjukan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian mengenai *Smartphone* telah banyak dilakukan. dengan variabel persepsi, lingkungan dan gaya hidup dengan hasil yang berpengaruh dan tidak berpengaruh dari fenomena itu, Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **Pengaruh Persepsi, Lingkungan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat peneliti rumuskan adalah :

1. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan antara persepsi, lingkungan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian?



### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara persepsi, lingkungan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian?

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

#### 1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dan memperkaya kajian teoritik dalam bidang ekonomi dan keputusan pembelian.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan perusahaan elektronik untuk mengatasi permasalahan mengenai keputusan pembelian produk *smartphone* serta mampu menambah refrensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

