

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini persaingan bisnis sangatlah ketat, terutama pada produk SmartPhone. Perusahaan yang akan menjual produknya berusaha agar dapat memenangkan persaingan terutama dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Perusahaan harus berusaha memberikan berbagai fasilitas agar konsumen bersedia membeli produk yang di tawarkan. Adanya kecanggihan teknologi sangat berpengaruh penting, misalnya adanya fasilitas – fasilitas yang memudahkan kegiatan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan.

Perkembangan teknologi pada telepon genggam semakin meningkat, mulai dari beragam fitur yang tersedia hingga penambahan koneksi internet yang makin canggih. Hal ini sangat menarik para konsumen yang memanfaatkan internet pada telpon genggam. Selain dengan tersedianya berbagai fitur dan fasilitas yang memudahkan, seiring berkembangnya zaman kecanggihan telpon genggam berpengaruh pada faktor psikologis atau selera yang menjadi tolak iukur konsumen untuk memilih jenis smartphone yang tersedia di pasaran.

Perusahaan harus mampu mengetahui perilaku atau psikologis saat ini untuk mampu menyediakan apa yang di butuhkan dan di inginkan oleh konsumen itu sendiri. Tujuan kegiatan pemasaran itu sendiri adalah mempengaruhi konsumen untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan

konsumen itu sendiri. Produk – produk SmartPhone yang di tawarkan pada saat ini sangat beragam. Mulai dari kualitas,fasilitas,fitur dan merek yang ditawarkan sangat beragam. Apabila produk yang tersedia selalu kompeten, maka akan menjadi produk yang selalu dicari konsumen bahkan jika produk tersebut sangat mahal, hal ini terjadi karena perkembangan zaman yang semakin modern dan berpengaruh dari gaya hidup.

Dalam lingkungan persaingan yang ketat, perusahaan tidak mempunyai banyak pilihan,kecuali perusahaan hanya dapat berusaha secara terus menerus untuk selalu memahami apa yang sebenarnya yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Pasar telephone genggam yang memiliki produk berfasilitas teknologi internet dan merek terbaik yang banyak di minati konsumen dipegang oleh merek Iphone,meski saat ini memiliki beberapa saingan serupa. Dengan adanya kualitas dari fasilitas teknologi yang di sediakan,iphone sendiri dapat menentukan gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen.

Dengan tersedianya berbagai fasilitas yang di tawarkan oleh produk Iphone ini membuat produk ini banyak sekali di kenal dan menjadi trend di berbagai belahan dunia. Sehingga produk ini memiliki citra merek yang unggul di mata para konsumen, di tambah dengan semakin berkembangnya produk ini dengan terus menyediakan berbagai macam fitur dan tipe pada produk ini. Dengan demikian mayoritas gaya hidup yang dimiliki konsumen

selalu mengikuti trend produk Iphone yang terus menerus berkembang hingga saat ini.

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Dengan adanya gaya hidup yang dimiliki oleh seorang konsumen, maka dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan atau memilih produk atau jasa yang hadir dan di tawarkan dengan berbagai fitur yang dimiliki, sehingga seorang konsumen dapat memilih atau menentukan produk yang di sediakan oleh perusahaan dalam hal ini yaitu produk Smartphone.

Pengertian gaya hidup menurut Kotler dan Keller adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Ketika seorang konsumen telah memilih produk yang di sediakan atau di tawarkan oleh suatu perusahaan, maka konsumen tersebut dapat menentukan keputusan untuk membeli atau memilih produk yang di tawarkan tersebut berdasarkan gaya hidup yang dimiliki dan faktor psikologis yang ada pada diri konsumen tersebut.

Selain di dukung oleh adanya gaya hidup yang semakin tinggi(lifestyle) yang dimiliki oleh konsumen dalam memilih produk yang di

tawarkan oleh perusahaan, faktor psikologis juga dapat berperan penting dalam memilih suatu produk yang di tawarkan.

Dengan adanya faktor psikologis, maka perusahaan produk Smartphone ini dapat melihat bagaimana karakteristik seorang konsumen berminat untuk membeli. Sehingga perusahaan pun dapat melihat selera yang dimiliki oleh konsumen sebagai penunjang dalam menciptakan suatu produk sehingga mendorong minat beli. Psikologi konsumen menurut Munandar (2001) bersibuk diri, secara luas, dengan manusia sebagai konsumen dari barang dan jasa.

Minat beli pada konsumen sangat penting dalam pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang di dasari oleh keputusan yang hendak dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dalam membeli atau memilih jenis atau merek handphone tertentu bukan terjadi secara begitu saja, ada beberapa pertimbangan yang akan di lakukan konsumen terlebih dahulu sebelum memutuskan suatu produk

Saat ini di kota Gorontalo sudah banyak pengguna handphone merek Iphone. Dari berbagai usia pun tak heran banyak yang telah menggunakan merek ini, walaupun kebanyakan di gunakan oleh para remaja. Adanya berbagai fasilitas yang di tawarkan, berbagai pilihan tipe yang tersedia dan juga merek yang dapat menunjang gaya hidup yang di dasari dengan perilaku atau psikologis konsumen, sehingga handphone merek ini banyak di gemari.

Banyaknya penggemar handphone merek Iphone dan juga segala fasilitas yang di bilang lengkap tidak menutup kemungkinan bahwa merek ini memiliki beberapa pesaing dengan merek yang beragam. Meskipun handphone ini memiliki fasilitas yang terbilang lengkap, tidak sedikit juga yang mengerti cara penggunaan handphone ini, meskipun tidak berbeda jauh dengan cara pengoperasian SmartPhone pada umumnya, tetapi ada beberapa fitur atau menu yang di sediakan sedikit berbeda pada HandPhone ini yang sebenarnya digunakan untuk mempermudah dan mempersingkat waktu tetapi beberapa konsumen beranggapan sedikit rumit. Selain itu, kapasitas baterai yang dimiliki lebih kecil, biaya service yang mahal, dan tidak semua fitur dan aplikasi bisa di dapat secara gratis. Tetapi dengan demikian di harapkan perusahaan Apple lebih banyak mengembangkan lagi fasilitas yang terbaik yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, maka perusahaan Apple terus melakukan pembenahan sehingga konsumen semakin berminat membeli SmartPhone merek ini.

Seiring dengan fenomena yang dapat dilihat pada zaman ini, seseorang atau pengguna produk Iphone memilih produk tersebut dikarenakan orang – orang berasumsi bahwa pengguna Iphone dapat menunjang gaya hidup.

Dalam penelitian Devi Indrawati (2015) menunjukkan bahwa hasil penelitian bahwa Citra merek dan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Siti Fatimah, Lia Rosliana, dan Nuraida Wahyu Sulistiani menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan

yang signifikan antara gaya hidup terhadap pengambilan keputusan konsumen, dan juga pada penelitian Doni Marlius menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor psikologis dengan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK IPHONE”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing dengan merek yang beragam
2. Memiliki pengoperasian dan perangkat kerja yang rumit
3. Kapasitas baterai yang dimiliki lebih kecil
4. Biaya service yang mahal
5. Tidak semua fitur bisa di dapat secara gratis

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah faktor psikologis konsumen berpengaruh terhadap minat beli pada produk Iphone?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli pada produk Iphone?

3. Apakah faktor psikologis dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli pada produk Iphone?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor psikologis terhadap minat beli pada produk Iphone
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada produk Iphone
3. Untuk mengetahui seberapa besar faktor psikologis konsumen dan gaya hidup terhadap minat beli pada produk Iphone

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik, dan menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya pada bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi mahasiswa maupun pembaca dalam pengguna SmartPhone dalam hal ini produk Iphone agar dapat memanfaatkan Handphone yang dimiliki sesuai kebutuhan.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan acuan untuk membuat dan mengembangkan teori yang ada, dan sebagai penambah wawasan bagi mahasiswa dan penulis tentang Pengaruh faktor psikologis konsumen dan gaya hidup terhadap minat beli pada produk Iphone