

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi sangat berdampak bagi manusia. Kebutuhan-kebutuhan modern yang semakin banyak memerlukan teknologi membuat masyarakat harus memiliki teknologi yang bisa membantu memenuhi kebutuhan, salah satunya adalah *handphone*. Saat ini kebutuhan masyarakat akan *handphone* dapat dikatakan sangat tinggi, karena banyak aktivitas masyarakat yang membutuhkan bantuan *handphone*. *Handphone* bukan lagi hanya sebagai alat komunikasi melainkan sebagai kebutuhan sehari-hari yang dapat mendukung pekerjaan, pendidikan dan gaya hidup masyarakat. Semakin banyak aktivitas yang bisa didukung oleh *handphone* mengakibatkan banyaknya jenis dan merek yang bermunculan di pasar sehingga mengakibatkan banyak pilihan yang dapat konsumen pilih saat ingin membeli. Banyaknya merek *handphone* yang beredar dipasar baik merek global maupun merek lokal, seringkali membuat konsumen merasa bingung dalam memilih. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih *handphone* yaitu merek, kamera, performa, ram, kapasitas memori, ukuran layar, kapasitas baterai dan teknologi baru yang tersedia di *smartphone* tersebut.

Perilaku konsumen adalah proses yang biasanya dilalui konsumen saat menemukan, memberi, memanfaatkan, memilih dan mengambil tindakan setelah mengkonsumsi suatu produk, jasa atau ide yang seharusnya memuaskan kebutuhan mereka. Oleh karena itu perilaku konsumen bisa dikatakan sebagai sebuah pembelajaran tentang cara pengambilan keputusan, baik individu, kelompok saat ingin membeli sebuah produk dan mengonsumsinya (Ristiyanti, 2005:17). Keputusan dalam membeli *handphone* merupakan bentuk perilaku konsumen yang nyata, dimana konsumen memutuskan untuk membeli setelah melakukan pemilihan atau seleksi berbagai jenis atau berbagai merek *handphone* yang dijual oleh banyak toko *handphone*.

Budaya adalah salah satu faktor dari teori karakteristik atau kepribadian. Faktor kebudayaan adalah suatu faktor yang memiliki pengaruh yang luas dan

mendalam terhadap perilaku konsumen dalam pembelian, budaya memiliki dua indikator yaitu subbudaya dan kelas sosial (Setiadi, 2010:368). Budaya lahir dari suatu kebiasaan masyarakat, kebiasaan itu akan menjadi hal yang diwariskan secara turun temurun dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sudah menjadi tradisi dan keniscayaan masyarakat karena tidak dapat dipatahkan dan sudah bersifat mengikat dan memiliki makna tersendiri bagi suatu masyarakat. Sosial yang dimaksud adalah masyarakat, dimana masyarakat dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dijadikan patokan dalam berinteraksi, masyarakat sebagai patokan artinya masyarakat itu abstrak dan mengandung simbol-simbol pemahaman tentang lingkungan (Rudito, 2008). Faktor sosial dapat dengan mudah mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap barang maupun jasa, karena dalam kehidupan sehari-hari manusia melakukan interaksi sosial dengan banyak masyarakat lainnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:107) kepribadian merupakan sifat psikologis dalam diri seseorang yang bisa mendefinisikan dan mencerminkan bagaimana mereka mungkin bereaksi terhadap lingkungan atau apa yang terjadi di depan mereka. Faktor yang terakhir yaitu psikologis, psikologis adalah sebuah keadaan dimana seseorang memiliki suatu keinginan dari dalam dirinya sendiri saat menentukan keputusan berdasarkan apa yang ia inginkan (Mangkunegara, 2002:48).

Karena perkembangan teknologi yang semakin maju, Kota Madiun adalah sebuah daerah yang termasuk mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam bidang telekomunikasi. Hal ini dapat dilihat dari hampir semua masyarakat yang menggunakan *handphone*. *Handphone* digunakan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, akan tetapi banyak manfaat lain yang muncul akibat perkembangan teknologi. Penggunaan *handphone* selain sebagai alat komunikasi juga dapat digunakan sebagai sarana belajar, pembayaran, berbelanja dan lain sebagainya. Salah satu merek *handphone* yang cukup diminati masyarakat adalah Samsung. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat maupun konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *handphone* Samsung di Kota Madiun, karena berdasarkan berita yang dimuat oleh Solopos.com pada tanggal 23 Mei 2019 menyatakan bahwa penjualan *smartphone* Samsung di Madiun mengalami

pertumbuhan yang cukup menggembirakan yaitu sudah mencapai angka 50% dari target penjualan. Tujuan penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti budaya, sosial, pribadi serta psikologis dapat mempengaruhi keinginan konsumen membeli *handphone* Samsung, terutama pada masa pandemi covid-19 yang mengharuskan hampir semua orang menggunakan *handphone* android untuk membantu aktivitas sehari-hari. Seiring perkembangan teknologi, Samsung sangat diminati masyarakat harus bersaing dengan *brand-brand* terkenal lainnya yang juga sangat diminati masyarakat, seperti apple, xiaomi, vivo, dan oppo. Sampai dengan saat ini *brand* Samsung menduduki posisi nomor 1 sebagai *handphone* terlaris di Indonesia pada tahun 2021 (<http://gg.gg/samsung-merek-ponsel-terlaris-Q3-2021>).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Natanael, 2020) menemukan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, demikian pula penelitian Syihab & Hadi (2019) menemukan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Lontoh dkk. (2019) didapatkan hasil bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen saat melakukan pembelian. Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Faktor budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian dirumuskan seperti dibawah ini:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Kota Madiun?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Kota Madiun?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Kota Madiun?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Kota madiun?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji signifikansi pengaruh positif faktor budaya terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
2. Menguji signifikansi pengaruh positif faktor sosial terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
3. Menguji signifikansi pengaruh positif faktor pribadi terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
4. Menguji signifikansi pengaruh positif faktor psikologis terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembeli *Handphone* Samsung

Bagi pembeli dan pengguna *handphone* Samsung, hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk memperhatikan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dalam mengambil keputusan membeli suatu produk.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini bisa menjadi referensi tambahan mengenai keputusan membeli yang dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku konsumen sehingga dapat menunjang dalam pengembangan penelitian yang sejenis.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB 1           PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

**BAB 2           TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

**BAB 3           METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik sampling, serta analisis data.

**BAB 4           ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

**BAB 5           SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini membahas tentang simpulan, keterbatasan dan saran.