Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Blackberry* Z10 pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung

DICKY HAMDAN SUMIRAT
UNIKOM

ABSTRACT

The mobile phone industry is thriving in Indonesia since 15 years ago, it is apparent from the number of cellular phone subscribers increasing from year to year. Indonesia recorded a fourth place in Asia after South Korea, China and Japan. Needs of consumers currently leads the lifestyle that would determine the choices of a goods and services will then make one turned into consumerist. Consumers generally prefer products that are innovative and creative so that demand a company to be able to create a different product that can be seen in terms of form and function of the product.

The purpose of this research is to mengenalisis how big is the influence of lifestyle and price simultaneously and partial towards Blackberry smartphone consumer purchasing decisions Z10.Research methods used in the preparation of this report, the author is deskriftif method and verifikatif method. The population in this research is the consumer who buys Blackberry Z10 totalling 515 consumers. to know the relationships between variables used multiple linear regression analysis method.

Based on the results of the research can be drawn the conclusion that between the two factors that affect the purchasing decision (lifestyle and price) obtained the conclusion that lifestyle is the most dominant factor of its influence on purchasing decisions. Results of the analysis using the t-test can be known the lifestyle and price effect significantly to purchasing decisions on Z10 Blackberry smarthphone Global Teleshop branch BEC Bandung.

Key Words: Lifestyle, Price, Purchase Decisions

Industri telepon seluler berkembang pesat di Indonesia sejak 15 tahun lalu, ini terlihat dari jumlah pelanggan telepon seluler yang terus

meningkat dari tahun ke tahun. Indonesia tercatat menempati posisi keempat di Asia setelah Korea Selatan, China dan Jepang. Situasi krisis global ini sangat berpengaruh pada dunia usaha yang ada di Indonesia, menuntut perusahaan agar cepat tanggap akan perubahan pada pasar atau konsumen maupun para pengusaha. Konsumen merubah daya belinya dan merubah pola konsumsinya sehingga volume penjualan pada beberapa produk mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dilain pihak krisis yang terjadi mengakibatkan biaya operasi para pengusaha meningkat tajam, dan tidak sedikit pula para pengusaha yang mengalami kesulitan pembiayaan. Hal ini mengakibatkan para pengusaha di Jawa Barat harus bekerja lebih keras dan merubah strategi pemasarannya agar dapat bersaing.

PT. Global Teleshop Tbk, salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri seluler tersebut saat ini telah memiliki sekitar 317 unit toko yang tersebar di 124 kota di seluruh Indonesia. Dan pada semester dua ini menargetkan akan menambah sekitar 40 hingga 50 toko lagi Cakupan bisnis Global Teleshop, tambah Andreas, meliputi distribusi retail hingga after sales atau layanan purna jual. Selain itu, cakupan bisnis perusahaan ini tidak lagi single brand, namun telah merambah ke multi-brand dan shop in shop dimana 70 persen produk yang dijual adalah produk-produk smartphone.Untuk single brand sendiri, Andreas menuturkan, terdapat dua produk yang menjadi fokus utama, yaitu gadget Apple dan Blackberry.

Untuk produk Apple, Global Teleshop menjadi salah satu premium reseller di Indonesia yang memiliki 41 outlet tersebar di berbagai daerah, sedangkan untuk Blackberry memiliki 9 outlet diberbagai daerah, salah satu cabangnya yang terdapat di Bandung Electronic Center (BEC).

Smartphone BlackBerry adalah suatu perangkat seluler yang diproduksi oleh *Research In Motion* (*RIM*), pabrikan asal Kanada, perangkat seluler ini diperkenalkan pertama kali kepada dunia pada tahun 1997. Pada awalnya *Smartphone BlackBerry* merupakan *brand* yang belum diperhitungkan dan masih dibawah bayang-bayang nama besar seperti *Nokia, Sonny Ericsson*, *Motorola, Samsung,* dll. Namun seiring dengan pertumbuhan pengguna *website* jejaring sosial, seperti *Facebook, Twitter, Forsquare*, *Friendster,* dll, maka pertumbuhan penjualan *Smartphone BlackBerry* semakin pesat.

Salah satu produk baru yang dikeluarkan oleh Blackberry adalah produk Blackberry Z10, Pada tanggal 31 Januari 2013 Smartphone BlackBerry Z10 resmi diluncurkan di Inggris dan tenggal 5 Februari untuk Kanada. Sedangkan untuk Negara Indonesia, blackberry Z10 diluncurkan pada awal bulan November 2013.

TEORI GAYA HIDUP

Gaya hidup menurut Sunarto dalam Silvya (2009;93) menunjukan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup

merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO *activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini).

TEORI HARGA

Menurut Swastha dan Irawan (2005: 241). Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya Harga juga didefinisikan sebagai suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi seseorang. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen dari produk atau jasa tertentu, maka semakin tinggi nilai tukar barang dan jasa tersebut bagi konsumen dan semakin besar pula alat penukaran yang dikorbankan.

TEORI KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut Kotler (2009:184) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen yaitu: Keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

METODE PENELITIAN

Menurut Umi narimawati (2008:127) metode penelitian adalah merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatka data untuk mencapai tujuan tertentu. Metode Penelitian ini menggunakan dua macam penelitian yaitu deksriptif dan verifikatif.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) "populasi merupakan wilyah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.".

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah konsumen yang Membeli Blackberry Z10 di Global Teleshop selama enam bulan sebanyak 516 konsumen.

SAMPEL

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (Hipotesis),maka peneliti melakukan pengumpulan data pada objek tertentu. Karena objek dalam populasi terlalu luas maka peniliti menggunakan sampel yang akan diambil dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah :

"Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *incidental sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peniliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah di Global Teleshop Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein

Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Minimal

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{516}{1 + 516(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{516}{6{,}16}$$

$$n = 99{,}78 \approx 100$$

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian 100 konsumen yang datang ke Global Teleshop Bandung cabang BEC Bandung.

HASIL PENELITIAN KUESIONER

Rekap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Gaya Hidup	1	0,869	0,300	Valid
	2	0,842	0,300	Valid
	3	0,811	0,300	Valid
	4	0,868	0,300	Valid
	5	0,833	0,300	Valid
	6	0,670	0,300	Valid
Harga	7	0,837	0,300	Valid
	8	0,886	0,300	Valid
	9	0,847	0,300	Valid
	10	0,745	0,300	Valid
Keputusan Pembelian	11	0,554	0,300	Valid
	12	0,778	0,300	Valid
	13	0,747	0,300	Valid
	14	0,788	0,300	Valid
	15	0,800	0,300	Valid
	16	0,651	0,300	Valid

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas dan reliabilitas di atas, terlihat bahwa seluruh nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,300 dinyatakan valid. Dan dari hasil pengujian reliabilitas dengan

menggunakan Alpha Cronbach, diperoleh nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0,899, 0,847 dan 0,815. Ketiga nilai ini berada di atas titik kritis 0,700 sehingga dinyatakan reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

HIPOTESIS

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh dari Gaya Hidup dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Global Teleshop Cabang BEC di Bandung.

H_1 : $\beta_i \neq 0$, Artinya, terdapat pengaruh dari Gaya Hidup dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima H_1 jika nilai F-hitung < F-tabel.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung ,maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan gaya hidup konsumen pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung adalah cukup tinggi dengan persentase 52,47% atau

belum mampu berinteraksi dengan lingkungan,.

2. Tanggapan konsumen tentang harga pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung sudah cukup tinggi dengan persentase 51,35%, atau harga belum sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Tanggapan keputusan pembelian konsumen pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung adalah rendah skor dengan persentase 51,93%. Artnya keputusan pembelian konsumen masih rendah.
4. Gaya hidup memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,739. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik gaya hidup, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya keputusan pembelian konsumen.
5. Harga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 8,9% adalah searah Artinya semakin terjangkau harga yang ditawarakan dan sesuai dengan keinginan konsumen maka semakin baik keputusan pembelian konsumen smartpone Blacberry Z 10 dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti seperti merek, fitur, ketahanan produk, loyalitas pelanggan.
6. Gaya hidup dan harga memberikan kontribusi

terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 59,5% adalah searah Artinya semakin baik gaya hidup konsumen yang mampu berinteraksi dengan lingkungan, dan semakin terjangkau harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen maka semakin baik keputusan pembelian konsumen sedangkan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti seperti merek, fitur, ketahanan produk, loyalitas pelanggan.

SARAN

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai berikut:

1. Tanggapan gaya hidup dari konsumen Global Teleshop Cabang BEC Bandung umumnya suduh cukup tinggi, namun lebih baik lagi apabila memperhatikan mengenai tampilan dan fitur gaya hidup pada smartphone Blackberry Z10.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan Global Teleshop Cabang BEC Bandung sudah terjangkau atau sesuai dengan kualitas produk yang sama dengan harga yang lebih murah

dibanding pesaingnya. Namun hal tersebut tidak dipandang positif oleh semua pelanggannya yang mayoritas adalah anak muda atau pelajar. Sehingga disarankan agar Global Teleshop Cabang BEC Bandung lebih memperhatikan penetapan harga agar dapat lebih dijangkau oleh para pelangganya.

3. Tanggapan keputusan pembelian konsumen Global Teleshop Cabang BEC Bandung cukup baik, terlihat dari hasil penelitian dengan indikator perilaku setelah pembelian, dimana pada item skor pernyataan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli dengan hasil cukup setuju. Namun hal ini tidak didukung dengan indikator evaluasi alternative karena hasil skor pernyataan sebagai alternative utama kebutuhan konsumen yang kurang baik, sehingga diharapkan Global Teleshop Cabang BEC Bandung dapat meningkatkan citra merek dan menetapkan harga yang terjangkau agar dapat menjadi alternative utama bagi konsumen.
4. Gaya Hidup konsumen pada Global Teleshop Cabang BEC umumnya cukup tinggi, namun untuk terus meningkatkan keputusan pembelian pada Global Teleshop Cabang BEC, Pihak *Blackberry* harus memiliki daya saing yang lebih

baik agar dapat bersaing dengan produk lain.

5. Rim Blackberry di harapkan mampu lebih meningkatkan gaya hidup Konsumennya dan membeikan harga yang sesuai dengan kemampuan seperti yang telah signifikan dengan memanfaatkan keputusan pembelian konsumen, dengan cara meningkatkan kualitas produk dan promosi, diharapkan dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang mempengaruhi gaya hidup dan harga agar lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Listyorini Sari Analisis Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana. Vol 1 No.1 September 2012.

Mandey L.Silvya Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol 6 No.1 : 92 – 100. ISSN 0852-8144

Mawey Elfran Hizkia Motivasi, Presepsi, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT.Rajawali Nusindo Cabang Manado Vol 1 No.4 Desember 2013. Hal.791-801. ISSN 2303-1174

Mohamad H.P. Wijaya . *Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado*. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 105-114. ISSN 2303-1174.

Amstrong dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar manajemen Pemasaran.* Diterjemahkan Oleh Bambang Sarwiji, Edisi Sembilan. Jilid 1. Penerbit PT.Indeks. Jakarta.

Nela Evelina, Handoyo DW, Sari Listyorini. 2011. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi.*

Diponogoro Journal Of Social and Politic Tahun 2012, Hal. 1-11 http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/Eda.

Fitria Engla Sagita. 2012. *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Donat J.co Donuts & Coffee di Manado Town Square*. ISSN:1049-6483.

Irvandy Tamaka. *Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen pasa Produk Daihatsu di PT. Astra Internasional*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1317-1328. ISSN 2303-1174.

Kotler and keller 2009. *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan oleh Bob Sabran MM, Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Penerbit Erlangga.

Kotler and keller 2009. *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan oleh Bob Sabran MM, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Penerbit Erlangga.