BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dizaman globalisasi sekarang ini dimana teknologi terus tumbuh dan berkembang maka manusia sangat membutuhkan *handphone* atau telepon selular untuk melakukan kegiatan sehari-harinya. Dilengkapi dengan ponsel bertemakan *smartphone* seakan memanjakan para manusia untuk kegiatan sehari-harinya untuk bekerja ataupun sekedar untuk mendapatkan nilai *prestige* nya saja atau hanya untuk bergaya saja.

Initial E Store yang menjual berbagai ponsel terkini pun tak terlepas dari ketatnya persaingan sekarang ini. Persaingan bisnis penjualan ponsel baik dari pengusaha kecil seperti *counter-counter* pinggir jalan dan dengan penjual di toko toko besar sangatlah ketat karena hampir dimana-mana pasti ada penjual ponsel yang berupa *counter* kecil, maka keputusan pembelianpun harus dicapai oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan ini. Dalam persaingan bisnis ini, perusahaan dapat menjadi pemenang apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya, jika perusahaan dapat menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya tentu perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula (Wulandari, 2013) dalam Bunga dan Sri (2015:230).

Keputusan pembelian menurut Helga Drumond (2003:68), adalah mengidentifikasikan semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran

sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Faktor keputusan pembelian adalah sangat penting dikarenakan dengan adanya keputusan pembelian dari konsumen untuk memilih produk I Phone maka akan menjaga penjualan dari produk tersebut.

Maka faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian harus diperhatikan oleh perusahaan seperti Citra Merek dan gaya hidup seperti yang akan dibahas pada penelitian ini. Keterkaitan konsumen pada suatu merek akan lebih kuat apabila ditandai pada banyak pengalaman untuk mengkomunikasikannya sehingga akan terbentuk citra merek Citra merek yang baik akan mendorong untuk meningkatkan volume penjualan. tetapi untuk lebih jelasnya beberapa ahli mengemukakan pedapatnya mengenai Citra Merek.

Sebuah *brand* (merek) membutuhkan *image* (citra) untuk mengkomunikasikan kepada khalayak dalam hal ini pasar sasarannya tentang nilai-nilai yang terkandung didalamnya. Bagi perusahaan citra berarti persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itulah perusahaan yang memiliki bidang usaha yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula dihadapan orang atau konsumen. Citra merek menjadi salah satu pegangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan penting.

Kaitan antara citra merek dengan keputusan pembelian dikemukakan Häubl (1996). Dikemukakan bahwa citra merek akan berpengaruh langsung terhadap tingginya keputusan pembelian terhadap suatu produk. Hal tersebut

didukung oleh pendapat Gaeff (1996) yang menyatakan bahwa perkembangan pasar yang demikian pesat mendorong konsumen untuk lebih memperhatikan citra merek dibandingkan karakteristik fisik suatu produk dalam memutuskan pembelian. Hal tersebut menjustifikasi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

Selain Citra Merek, keputusan pembelian konsumen pun dapat ditingkatkan melalui gaya hidup konsumen. Konsep gaya hidup jika digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempegaruhi perilaku konsumen.

Initial E Store menjadi salah satu diantara banyaknya penjual ponsel di Baltos, kota Bandung . Persaingan bisnis ponsel di bandung tentu sangat ketat terutama dengan banyak nya pesaing yang berada di sudut kota Bandung, dengan persaingan yang ketat ini maka perusahaan akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga keputusan pembelian pelanggan akan selalu ada karena pelanggan akan memilih penjual ponsel yang memiki Citra Merekdi benak konsumen dan memenuhi persepsi konsumen akan gaya hidup yang sesuai dengan konsumen.

Berikut ini data penjualan handphone pihak Initial E Store dari Bulan Juli – Desember 2015 :

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN HANDPHONE INITIAL E STORE
BALTOS KOTA BANDUNG
BULAN JULI – DESEMBER 2015

MEREK	PERIODE (DALAM unit)						
	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES	JUMLAH
NOKIA	42	40	33	28	31	39	213
SAMSUNG	70	82	97	110	103	120	682
I PHONE	**52**	**60**	**48**	**55**	**46**	**75**	**336**
BLACKBERRY	54	59	46	50	58	43	310
SONY ERICCSON	45	47	41	52	46	53	284
HP LAINNYA	32	35	42	40	38	41	228

Sumber : Data Penjualan Handphone Initial E Store

Berdasarkan data diatas, penjualan handphone merek I Phone di toko tersebut adalah sebanyak 336 unit masih kalah jauh dari handphone merek Samsung dengan penjualan sebanyak 682 Unit mengalahkan penjualan semua jenis handphone yang ada di toko tersebut pada periode tersebut.

Menyikapi hal tersebut, mengingat kondisi persaingan yang semakin ketat dan tidak ada habisnya dalam upaya perusahaan mencari laba sebanyak mungkin, maka perusahaan harus mampu mengatasi faktor-faktor yang mempengaruhinya dan mampu meningkatkan penjualan produk. Menyikapi hal tersebut adapun hal – hal yang harus dilakukan oleh perusahaan seperti memberikan promosi yang lebih menarik terhadap konsumen agar keputusan pembelian konsumen bisa berjalan secara baik.

Oleh sebab itu melihat dari penjelasan diatas, peneliti memfokuskan penelitian yang ada terhadap penjualan I Phone. Adapun hal yang menurut peneliti bermasalah diantaranya yaitu dari segi Citra Merek. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko hal ini disebabkan tidak semua kalangan memiliki pandangan bahwa Citra Merek I phone hanya mampu dimiliki oleh

segelintir kalangan padahal kenyataannya harga produk I Phone tidak berbeda jauh dengan produk lainnya.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 25 responden Initial E Store tentang Citra Merek I Phone Sebagai berikut:

Tabel 1.2
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Citra Merek Iphone Initial E Store

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah merek I Phone mampu memiliki nilai yang lebih baik dibanding merek lain	10	40%	15	60%
2.	Apakah ada manfaat lebih dengan menggunakan produk merek I Phone	8	32%	17	68%
3.	Apakah anda selalu menggunakan produk merek I Phone	12	48%	13	52%
Citra Merek (Rata – rata Jawaban)		**30**	**40%**	**45**	**60%**

Sumber : KonsumenInitial E Store

Berdasarkan tabel survey awal tentang Citra Merek Initial E Store diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada nilai merek I Phone yaitu 60% konsumen menyatakan bahwa merek I Phone tidak memiliki nilai yang lebih baik di banding merek lain. Sedangkan pada faktor manfaat 68% konsumen menyatakan tidak ada manfaat lebih dengan menggunakan produk merek I Phone dan pada faktor pemakai menyatakan bahwa 52% konsumen tidak selalu menggunakan produk merek I Phone.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko ada penyebab lainnya mengapa konsumen tidak memilih merek I Phone dalam pembelian Handphone tersebut adalah faktor gaya hidup. Para pemilik I Phone cenderung hanya dimiliki oleh kalangan tingkat atas ataupun segelintir anak muda, berbeda dengan produk lainnya yang lebih meluas dalam segmentasi pembelinya itu sendiri.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 25 responden Initial E Store tentang Gaya Hidup I Phone Sebagai berikut:

Tabel 1.3
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Gaya Hidup Initial E Store

No	**Pertanyaan**	**Jawaban**			
		Ya		**Tidak**	
1.	Apakah anda memiliki kebanggaan tersendiri menggunakan produk I Phone	8	32%	17	68%
2.	Apakah produk merek I Phone selalu memiliki opini yang baik di benak anda	9	36%	16	64%
Gaya Hidup (Rata – rata Jawaban)		**17**	**34%**	**33**	**66%**

Sumber : KonsumenInitial E Store

Berdasarkan tabel survey awal tentang Gaya Hidup Initial E Store diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada faktor aktivitas yaitu 68% konsumen menyatakan bahwa tidak memiliki kebanggaan tersendiri menggunakan produk I Phone. Sedangkan pada faktor opini 64%

konsumen menyatakan produk merek I Phone tidak selalu memiliki opini yang baik di benak konsuemen.

Oleh sebab itu, harus adanya kesadaran dari pihak perusahaan I Phone dalam menyikapi antara Citra Merek dan gaya hidup demi menciptakan keputusan pembelian konsumen yang diharapkan. Dalam wawancara dengan pemilik Initial E Store menjelaskan bahwa konsumen lebih tertarik untuk membeli produk lainnya dikarekan kualitas dan harga yang lebih terjangkau. Selain itu fitur yang berbeda menyebabkan konsumen lebih memilih produk lainnya dikarenakan lebih efektif dan lebih efisien. Berikut hasil survey awal peneliti pada 25 konsumen mengenai tentang keputusan pembelian I Phone di Initial E Store.

Tabel 1.4
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Konsumen Initial E Store

No	**Pertanyaan**	**Jawaban**			
		Ya		**Tidak**	
1.	Produk cocok dengan kebutuhan konsumen dan kepuasan konsumen	7	28%	18	72%
2.	Bentuk produk memiliki keistimewaan tersendiri dengan konsep yang dipakai	13	52 %	12	48%
3.	Maraknya produk terexpose di media sosial	13	52 %	12	48%
Keputusan Pembelian (Rata – rata Jawaban)		**33**	**44%**	**42**	**56%**

Sumber : KonsumenInitial E Store

Berdasarkan tabel survey awal tentang keputusan pembelian konsumenInitial E Store diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada \72% konsumen menyatakan bahwa Produk tidak cocok

dengan kebutuhan konsumen dan kepuasan konsumen. Sedangkan 52% konsumen menyatakan Bentuk produk memiliki keistimewaan tersendiri dengan konsep yang dipakai dan 52% konsumen menyatakan Maraknya produk terekspose di media sosial.Namun pada persentase keseluruhan tingkat keputusan pembelian konsumen masih rendah yaitu sebesar 44%.

Berdasarkan fenomena permasalahan dan hasil survey awal di atas bisa dilihat bahwa produk merek I Phone tidak selalu di pilih oleh konsumen karena keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ada masih rendah dan masih kalah saing di bandingkan dengan merek produk yang lainnya. Citra Merek dan gaya hidup merupakan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap penjualan produk I Phone dan hal tersebut harus di jadikan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan produk. Maka penulis tertarik membuat penelitian yang tertuang dalam usulan penelitian dengan judul **"Pengaruh Citra Merek Iphone dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Initial E Store di Baltos Bandung)".**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang teridentifikasi ialah sebagai berikut:

1. Tidak semua kalangan memiliki pandangan bahwa Citra Merek I phone hanya mampu dimiliki oleh segelintir kalangan.

2. Produk merek I Phone tidak sesuai dengan gaya hidup masyarakat pada umumnya.
3. Perbedaan menggunakan beberapa fitur yang berbeda menyebabkan konsumen kurang berminat dalam membeli produk merek I Phone

.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen Citra Merek produk I Phone pada Initial E Store
2. Bagaimana tanggapan konsumen Gaya Hidup konsumen produk I Phone yang ada di Initial E Store
3. Bagaimana tanggapan konsumen keputusan pembelian konsumen produk I Phone Initial E Store
4. Seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen Initial E Store secara parsial dan simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Merek dan Gaya hidup Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Initial E Store

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen Citra Merek produk I Phone pada Initial E Store
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumengaya hidup konsumen produk I Phone yang ada di Initial E Store
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen keputusan pembelian konsumen produk I Phone Initial E Store.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Initial E Store secara parsial dan simultan

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pihak Initial E Store, Bandung atau bahan analisis dalam mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Gaya hidup Terhadap Keputusan pembelian Konsumen.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

   Hasil Penelitian ini merupakan pengalaman bergaya hidup dimana penulis dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Citra Merek dan Gaya hidup Terhadap Keputusan pembelian Konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelittian ini berguna untuk peneliti lain dalam menambah ilmu dan sumber penelitian yang berguna bagi peneliti lain.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitan pada Initial E Store

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2016 sampai dengan Juli 2016. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membuat rencana jadwal penelitian yang dimulai dengan tahap persiapan sampai ketahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian. Secara lebih rinci waktu penelitian dapat dilihat pada tabel 1.5 dibawah ini:

Tabel 1.5

Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Tahap	Prosedur		Bulan					
		Februari 2016	Maret 2016	April 2016	Mei 2016	Juni 2016	Juli 2016	Agustus 2016
I	**Tahap Persiapan:**							
	1. Menentukan tempat penelitian							
	2. Meminta surat pengantar ke perusahaan							
	3. Membuat proposal UP							
	4. Bimbingan dengan dosen pembimbing							
II	**Tahap Pelaksanan:**							
	1. Mengajukan outline dan proposal UP							
	2. Seminar UP							
	3. Revisi UP							
	4. Pengumpulan data							
III	**Tahap Pelaporan:**							
	1. Menyiapkan Draft Skripsi							
	2. Sidang akhir skripsi							
	3. Penyempurnaan laporan skripsi							
	4. Penggandaan Skripsi							