

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi semakin terlihat jelas dengan adanya berbagai perubahan di segala bidang ke arah yang semakin modern. Komunikasi dan informasi merupakan bidang yang terlihat jelas perkembangannya, terutama dalam hal teknologi yang digunakan di dalamnya. Sepuluh tahun yang lalu, dunia belum mengenal ponsel pintar atau yang sekarang disebut dengan istilah *smartphone*, namun hanya mengenal istilah telepon. Begitu pula dengan robot hijau yang sekarang disebut dengan nama Android. Android, Blackberry, *iphone operating sistem* (IOS) merupakan sekelumit dari hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin memudahkan masyarakat dunia dalam menjalin hubungan relasi.

Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang dipergunakan sebagai pengelola sumber daya perangkat keras, baik untuk ponsel, *smartphone* dan juga *Personal Computer tablet*. Secara umum Android adalah platform yang terbuka (*Open Source*) bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh berbagai piranti bergerak.

Perkembangan pemakaian ponsel ternyata juga dipengaruhi oleh adanya peningkatan dalam penggunaan internet yang dilakukan oleh tingkatan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Apalagi sejak berkembangnya situs dan aplikasi jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, BBM yang

semakin meningkatkan frekuensi masyarakat untuk selalu *online* tidak hanya di depan layar komputer, namun juga di depan layar ponsel mereka masing-masing.

BlackBerry Messenger adalah program pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat BlackBerry. Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktivitas yang populer di kalangan pengguna perangkat telepon genggam. Contohnya fitur di aplikasi Google Maps atau Yahoo Messenger hingga aktivitas dengan Facebook atau Twitter. Semuanya bisa didapatkan oleh pengguna perangkat BlackBerry pada aplikasi ini. BlackBerry Messenger merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat BlackBerry selain layanan Push Mail. Layanan Messenger ini dibuat khusus bagi pemilik BlackBerry dan dirancang khusus untuk berkomunikasi di antara pengguna. Cara menggunakan BlackBerry Messenger adalah dengan penghubung nomor PIN yang juga eksklusif dimiliki masing-masing perangkat BlackBerry.

BlackBerry Messenger pada saat ini sangat populer di Indonesia. Menurut sumber *telsetnews.com* (23-Juli-2013), hingga saat ini jumlah pengguna BlackBerry Messenger mencapai 15 juta pengguna di seluruh Indonesia. Angka tersebut merupakan lebih dari 20% dari seluruh pengguna BlackBerry yang ada di dunia, yaitu 72 juta pengguna. Pada saat ini BlackBerry Messenger tidak hanya diperuntukkan bagi pengguna *Smartphone* BlackBerry, tetapi sekarang ini fitur unggulan dari BlackBerry yaitu BlackBerry Messenger dapat digunakan di *Smartphone* berbasis Android dan IOS. Menurut Sumber *tekno.kompas.com* BlackBerry Messenger pada android resmi dirilis pada hari Senin tanggal 21 Oktober 2013. Dengan dibukanya layanan BlackBerry Messenger untuk Android dan IOS perusahaan mengharapkan bisa meningkatkan jumlah pengguna BBM ke angka 150 juta pengguna di dunia.

Kotler dan Armstrong (2008:272) menjelaskan bahwa manfaat produk dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk melalui kualitas, fitur, dangaya serta desain produk. Menurut Parsons K (2010) dalam Matti H (2011), pembelian telepon seluler fitur adalah faktor penentu utama keputusan pembelian konsumen.

Fitur menurut Kotler dan Armstrong (2008:273) didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendifferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapat menciptakan differensiasi produknya dari produk pesaing. Sebagian besar produk yang ditawarkan dengan fitur berbeda dapat melengkapi fungsi dasar produk (Kotler dan Keller, 2009:10)

Dewasa ini perilaku manusia banyak yang menuju kearah moderenisasi. Dimana gaya hidup modern menuntut seseorang untuk berperilaku serba baru dan terupdate. Baik dalam segi mode pakaian,aksesoris,model rumah maupun alat komunikasi seperti handphone. Dulu sebuah handphone yang memiliki fitur kamera sudah di anggap canggih dan modern akan tetapi pada saat ini hal tersebut sudah di anggap kuno dan biasa-biasa saja.pada saat ini konsumen menuntut suatu produk handphone yang memiliki kemampuan yang cepat dan tidak lelet serta memiliki fitur-fitur dengan kualitas tinggi seperti kejernihan layar,kemampuan bermain game yang bagus,memiliki fitur touchscreen dan lain sebagainya. Dan handphone yang memiliki operasi system android mampu untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Engel (1995:383) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.”

Sedangkan menurut Assael (1995:373) gaya hidup didefinisikan sebagai “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions).*”

Niat membeli seringkali digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi tentang produk yang didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah informasi dikumpulkan, maka konsumen akan mulai melakukan penilaian terhadap produk, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian setelah membandingkan produk serta mempertimbangkannya.

Niat pembelian oleh Ajzen dan Fishbein (2001) dalam machfudoh (2013) digambarkan sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi.

Rossiter dan Percy dalam Nababan (2008:20) mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa), merekomendasikan (*influencer*), memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2007:49) menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan atau tidak.

Dengan hadirnya fitur BBM di android itu sendiri memungkinkan untuk bertambahnya jumlah pengguna BBM dan juga memungkinkan untuk bertambahnya jumlah pengguna android khusus di Indonesia. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti

“Pengaruh Fitur Aplikasi Blackberry Messenger (BBM) pada Android dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android”.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah fitur aplikasi BBM berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik?
3. Apakah fitur aplikasi BBM dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* berbasis android pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur aplikasi BBM pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh fitur aplikasi BBM dan gaya hidup secara simultan pada produk *smartphone* berbasis Android terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis untuk Menerapkan ilmu perkuliahan yang diterima peneliti dalam menganalisis sebuah rumusan masalah.
2. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi pada pengembangan disiplin ilmu manajemen pemasaran.
3. Sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya atau sebagai studi pendahuluan.