

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang semakin canggih dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang semakin pesat, hal ini membuat manusia mampu menciptakan berbagai macam-alat teknologi informasi dan komunikasi mulai dari radio, televisi, komputer, telegram dan handphone, Dari berbagai jenis alat teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat lebih banyak menggunakan handphone dalam kesehariannya karena alat ini lebih dibutuhkan dibandingkan dengan alat komunikasi dan informasi lainnya. Handphone tidak hanya digunakan untuk komunikasi jarak jauh saja tetapi bisa juga digunakan untuk kebutuhan lain seperti menonton televisi, internet, dan lain-lain. Karena handphone sudah jadi kebutuhan bagi para konsumen kehidupannya sehari-hari maka para perusahaan berlomba-lomba menciptakan handphone yang beragam dan memiliki aplikasi yang canggih seperti smartphone.

# **UIN IMAM BONJOL PADANG**

Ponsel cerdas atau smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang

menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (e-book) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun terhubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Pertumbuhan permintaan akan alat canggih yang mudah dibawa ke mana-mana membuat kemajuan besar dalam pemroses, ngingatan, layar dan sistem operasi yang di luar dari jalur telepon genggam sejak beberapa tahun ini. Inilah sejarah smartphone dari tahun ke tahun :1

1. Simon (1992)

Smartphone pertama yang dibuat adalah Simon; yang dirancang oleh IBM pada tahun 1992 dan dipamerkan di COMDEX, sebuah pameran komputer di Las Vegas Nevada. Smartphone tersebut dipasarkan ke publik pada tahun 1993 dan dijual oleh South.

2. Nokia 9000 (1996)

Kemudian Nokia Communicator yang merupakan telepon pintar pertama Nokia. Dimulai dengan Nokia 9000 dan pada tahun 1996. Smartphone ini merupakan hasil dari usaha penggabungan model PDA buatan Hewlett Packard yang sukses dan mahal dengan telepon Nokia yang laris pada waktu itu.

---

<sup>1</sup> Wawan Setiawan, <http://www.smartphones10.com/2015/12/sejarah-smartphone-ponsel-cerdas.html>, Diakses Jam 10:30 WIB, Tanggal 06/02/2018

### 3. Palm OS Treo (2001)

Handspring mengeluarkan telepon pintar Palm OS Treo, dengan papan ketik penuh digabung dengan jelajah jejaring tanpa kabel, surel, kalender, dan pengatur daftar nama, dengan aplikasi pihak ketiga yang dapat diunduh atau diselaraskan dengan komputer.

### 4. RIM BlackBerry (2002)

RIM mengeluarkan BlackBerry pertama yang merupakan telepon pintar pertama dengan penggunaan surel tanpa kabel yang maksimal dan penggunanya telah mencapai 8 juta (sampai Juni 2007), tujuh puluh lima persen pemakainya berada di Amerika Selatan.

### 5. Microsoft (2002)

Microsoft mengumumkan Windows CE computer kantong OS dinobatkan sebagai Microsoft Windows Embedded Smartphone 2002 yang sekarang ini terkenal sebagai windows phone.

### 6. Nokia seri-N (2005)

Nokia menerbitkan seri-N telepon pintar 3G yang dijual bukan sebagai telepon genggam seperti produk nokia sebelumnya tetapi sebagai komputer multimedia.

### 7. Android (2008)

OS untuk telepon pintar keluaran tahun 2008 ini Android didukung oleh Google, bersama pengusaha perangkat keras dan lunak yang terkemuka lainnya seperti Intel, HTC, ARM, Motorola dan eBay, yang kemudian membentuk Open Handset Alliance.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

## 8. Apple (2008)

Apple mempromosikan App Store dengan aplikasi gratis dan dengan biaya. App store dapat menyampaikan aplikasi telepon pintar yang dikembangkan oleh pihak ketiga langsung dari iPhone atau iPod Touch dengan WiFi atau jaringan selular tanpa menggunakan komputer untuk mengunduh.

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah diiringi dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat serta mudahnya akses komunikasi telah menambah maraknya persaingan bisnis. Globalisasi mengakibatkan menjadi satu kesatuan yang besar. Jarak antara satu belahan bumi dengan yang lainnya menjadi semakin dekat dan singkat, ditambah lagi dengan semakin terbukanya akses ekonomi antara negara satu dengan yang lain semakin memajukan perekonomian bebas. Industri telepon seluler merupakan salah satu yang menarik untuk persaingan

bisnis, Dimana saat ini produsen telepon seluler sedang habis-habisnya menciptakan produk yang diminati oleh konsumennya. Produk yang

terbaru yang diciptakan oleh produsen telepon seluler ialah *smartphone*. *Smartphone* saat ini sudah menciptakan berbagai bentuk dan fitur. Untuk di

Indonesia *smartphone* sangat mudah didapat dengan menggunakan uang sebesar lima ratus ribu sudah bisa menggunakan telepon pintar (*smartphone*), Berikut data pengguna *smartphone* diindonesia:

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia**



Sumber : [Http://Databoks.Katadata.Co.Id](http://Databoks.Katadata.Co.Id)

Dari data di atas dapat dilihat pengguna *smartphone* di Indonesia selalu meningkat dari tahun-ketahun. Peningkatan pengguna *smartphone* selalu signifikan. Tahun 2013 hanya 27,4 juta pada tahun 2014 meningkat 10,9 juta menjadi 38,3 juta. Peningkatan yang cukup tinggi yaitu 10,9 juta. Pada tahun 2014 hanya meningkat sebesar 10,9 juta dan pada tahun 2015 meningkat menjadi 13,9 juta menjadi 52,2 juta. Pada tahun 2015 meningkat 13,9 juta dan pada tahun 2016 meningkat sebesar 17,2 juta menjadi 69,4 juta. Pada tahun 2016 meningkat 17,2 juta dan pada tahun 2017 meningkat sebesar 17,2 juta menjadi 86,6 juta. Pada tahun 2017 meningkat sebesar 17,2 juta dan pada tahun 2018 akan diprediksi akan meningkat 16,4 juta menjadi 103 juta. Pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun-ketahun meningkat melihat dari data di atas peningkatannya tidak sedikit tetapi lebih dari 10,0 juta dari masyarakat Indonesia.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Katadata Media Teknologi Techni Asia, Raksasa Teknologi Digital Asia, [Http://Databoks.Katadata.Co.Id/2017/01/24/Indonesia-Raksasa-Teknologi-Digital-Asia](http://Databoks.Katadata.Co.Id/2017/01/24/Indonesia-Raksasa-Teknologi-Digital-Asia), Diakses Jam 11:24 WIB, Tanggal 03/06/2017

Minat beli *smartphone* di Indonesia cukup banyak di lihat dari data di atas. Karena melihat harga yang dibutuhkan untuk membeli *smartphone* cukup Tinggi bekisar Rp 1.000.000 paling rendah. Menurut Nugroho minat beli di pengaruhi beberapa faktor yaitu pribadi, harga, merek (*brand*), iklan, gaya, kebutuhan, keinginan, kepribadian, kualitas dan kuantitas barang, sosial, dan kebudayaan.<sup>3</sup> Maka dari faktor tersebut apa yang membelakangi konsumen membeli produk yaitu *smartphone*.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksikan perilaku atau tindakan tersebut, sedangkan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merelisasikan pembelian sejumlah produk dan merek tertentu.

# UIN IMAM BONJOL PADANG

Kualitas produk merupakan faktor penentu minat beli sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk suatu produk akan terpenuhi. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, maka minat beli konsumen akan tinggi pula. Produk merupakan segala sesuatu yang tawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta,

---

<sup>3</sup> Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2010), hal. 60

dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>4</sup> Kualitas produk menjadi tolak ukur dalam memuaskan konsumen / pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada didalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbau dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.<sup>5</sup> Gaya hidup di jadikan dasar oleh seseorang untuk melakukan minat beli terhadap suatu produk.

Harga berfungsi sebagai penentu utama dari pilihan pembeli,<sup>6</sup> karena harga yang sesuai dengan kualitas, terjangkau dan lebih rendah dari harga pesaing akan membuat para konsumen merasa puas. Harga sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan agar para konsumennya merasa puas, selain itu harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan.

Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.<sup>7</sup>

# UIN IMAM BONJOL PADANG

Pengguna *smartphone* sudah merambat ke kalangan mahasiswa, termasuk di dalamnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Imam Bonjol Padang. Dari pengamatan yang penulis lakukan

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, 2008), hlm. 95

<sup>5</sup> Nugroro.J.Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta : Kencana,2003), h. 77

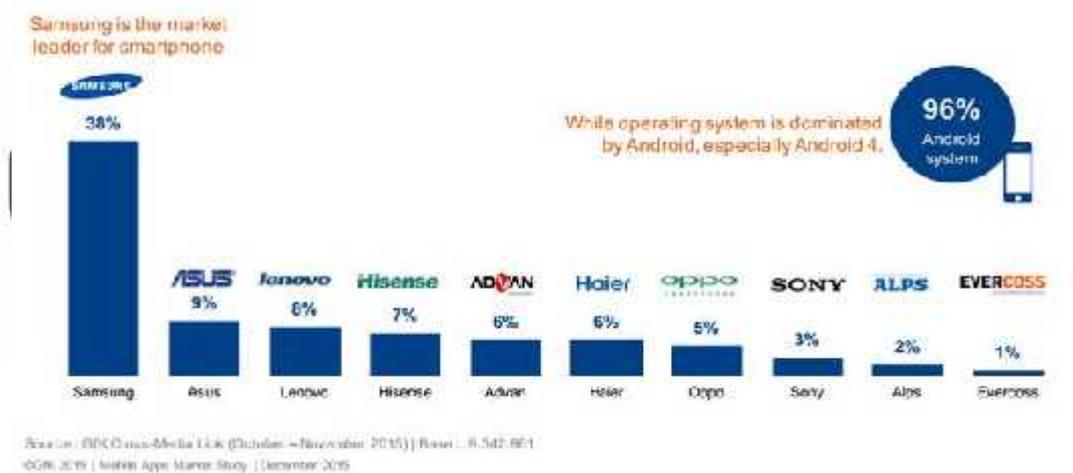
<sup>6</sup>Philip Kotler, dkk,*Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, ( Yogyakarta : Peason Education Asia Pte.Ltd, 2000) hlm. 296

<sup>7</sup>Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 151

hampir 90% mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah menggunakan telepon seluler yang pintar atau *smartphone*, dengan harga *smartphone* rata-rata lebih kurang Rp 1.000.000. Mahasiswa yang membeli *smartphone* tersebut lebih kurang 50% menggunakan uang orang tuanya atau minta kepada orang tua. Karena *smartphone* tidak lagi menjadi gaya atau *trend* bagi mahasiswa tetapi sudah menjadi kebutuhan sendiri dari mahasiswa. 25% mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan *smartphone* dengan kualitas tinggi atau *brend* yang terkenal. 75% mahasiswa menggunakan *smartphone* dengan produk China.

Berikut data penjualan *smartphone* di Indonesia :

Gambar 1.2  
Data Penjualan *Smartphone* Tahun 2015 di Indonesia



Sumber : <http://www.harianjogja.com>

Dari gambar diatas produk yang banyak terjual di Indonesia ialah *smartphone* Samsung dengan persentase 38%, di susul oleh Asus 9%,

selanjutnya Lenovo dengan persentase 8%, Hisense 7%, Advan produk Indonesia 6%, Haire 6%, Oppo 5%, Sony dengan persentase 3%, Alps *smartphone* asal Tiongkok 2%, dan terakhir Evercoss 1%.<sup>8</sup>

Dari data penjualan *smartphone* diatas menunjukkan penjualan *smartphone* yang beredar dipasaran cukup banyak. Walaupun dengan merek yang rendah apalagi dengan merek yang bagus atau terbaik, mempunyai kualitas yang tinggi pula nantinya. Pesatnya perkembangan produk *smartphone* mengakibatkan tingkat persaingan juga semakin meningkat, yang menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada minat beli pada konsumen sebagai tujuan utama. Khususnya utama memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui pemberian produk yang berkualitas dan harga yang bersaing untuk memenuhi gaya hidup konsumen yang berbeda-beda.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas. Untuk itu penulis memberi judul skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang)”**.

---

<sup>8</sup> Uday Rayana, <http://www.harianjogja.com>, Jakarta, Baca/2016/06/15/Penjualan-Smartphone-Ini-10-Merek-Ponsel-Terlaris-Di-Indonesia-729087, Diakses Jam 14:15 WIB, Tanggal 12/06/2017

### A. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, maka pokok permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar kualitas produk mempengaruhi minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Seberapa besar gaya hidup mempengaruhi minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
3. Seberapa besar harga mempengaruhi minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, gaya hidup, harga secara bersama-sama mempengaruhi minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

### B. Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan pada konsumen *smartphone* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Agama Islam Imam Bonjol Padang
2. Faktor pertimbangan dalam keputusan minat beli *smartphone* dibatasi:
  - a. Kualitas produk : kinerja, keistimewaan, kepercayaan terhadap produk, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan

pelayanan, keindahan, kesesuaian produk, terhadap kebutuhan pelanggan.

- b. Gaya hidup : aktifitas, minat, opini, dan kegiatan.
- c. Tingkat harga : harga sesuai dengan kualitas produk, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima (porsi).

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
3. Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

4. Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan harga secara bersama-sama terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

#### D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Bagi penulis

Dapat dijadikan sebagai wacana dan pembelajaran untuk menambah ilmu dan wawasan terhadap minat beli konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

2. Bagi kalangan akademisi dan dunia pendidikan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan rujukan dalam penulisan karya ilmiah.

3. Bagi pemasar *smartphone*

Sebagai sumber informasi tambahan serta bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran.

4. Bagi pengguna *smartphone*

Sebagai sumber informasi tambahan serta bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam pembelian *smartphone*.

5. Bagi pihak lain

Dijadikan sumber bacaan dan informasi untuk menambah pengetahuan khususnya pengetahuan tentang minat beli *smartphone*.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

## E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi disajikan dalam lima bab. Penjelasan masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut:

### Bab I pendahuluan

Bab pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan karya ilmiah penelitian.

### Bab II Kerangka teori minat beli

Bab kerangka teori berisi tentang landasan teori yang membahas tentang minat beli, kualitas produk yang terdiri dari pengertian kualitas produk, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk, gaya hidup, harga yang terdiri dari pengertian harga, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan harga sebagai penutup bab penelitian, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka berpikir, dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

### Bab III metodologi penelitian

Bab metodologi penelitian berisi variabel penelitian yang digunakan, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### Bab IV hasil dan pembahasan

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

Bab hasil dan pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data, hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, gaya hidup, harga terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Bab V kesimpulan dan saran

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang diberikan dengan hasil penelitian dari pihak yang berkepentingan.



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**