

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat sekarang ini, Indonesia mengalami percepatan pertumbuhan dunia industry dibidang telekomunikasi yang memperlihatkan bahwa kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi Masyarakat. Telepon Seluler (handphone) atau Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan Telepon Seluler yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen.

Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti Smartphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari produk-produk sebelumnya, yang dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi.

Tingginya keperluan akan komunikasi membuat banyaknya para pelaku usaha membuat usaha sejenis membuka usaha yang bergerak dibidang yang sama yaitu ponsel, usaha ponsel merupakan salah satu usaha yang marak yang dapat ditemui diberbagai tempat tidak hanya di wilayah perkotaan tetapi diwilayah perkecil, usaha ponsel dinilai memiliki potensi usaha yang memiliki kemajuan yang tinggi bila dibandingkan dengan usaha yang lainnya, hal ini membuat Tingkat persaingan usaha sejenis menjadi meningkat, salah satunya adalah diwilayah Kabupaten Labuhanbatu Selatan, diwilayah Sabungan.

Fiona ponsel merupakan salah satu ponsel yang berada di Sabungan, meskipun diwilayah kecamatan yang jauh dari ibukota kabupaten, Tingkat persaingan usaha dibidang ponsel juga memiliki angka persaingan yang cukup tinggi, terdapat banyak jenis usaha sejenis yang berada di wilayah sabungan. Didalam meningkatkan usaha, pembelian merupakan salah satu hal dapat meningkatkan kemajuan suatu usaha, semakin tinggi pembelian maka akan semakin tinggi juga Tingkat penjualan suatu usaha. Pada dasarnya sebelum melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa yang dibutuhkan, konsumen terlebih dahulu merencanakan untuk membeli serta mencari tahu informasi tentang produk yang akan dibeli. Namun, perilaku setiap individu berbeda-beda, ada suatu ketika konsumen melakukan proses pembelian yang terjadi begitu saja tanpa direncanakan terlebih dahulu dan tanpa mereka sadari pula.

Buying merupakan suatu kegiatan pembelian suatu produk, *Buying* dapat meningkatkan hasil penjualan produk, semakin baik pembelian maka akan semakin baik pula. Konsumen cenderung melakukan pembelian dengan

memperhatikan beberapa faktor pendukung lainnya, pembelian konsumen berdasarkan bagaimana kualitas suatu barang atau bagaimana promosi yang dilakukan sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian disuatu tempat atau jasa.

Fenomena yang ditemukan *buying* berpengaruh karena *life style* pada Fiona ponsel belum seluruhnya aktif didalam menggunakan sosial media sehingga keperluan akan kouta internet dan lainnya tidak tinggi, *Life style* merupakan *Lifestyle* yang dilakukan konsumen, *Lifestyle* sehari hari seorang konsumen dapat mempengaruhi bagaimana Keputusan pembelian seorang konsumen, *Word of mouth* dapat menimbulkan Tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga *Word of mouth* adalah hal yang paling efektif didalam mempengaruhi Keputusan pembelian. Semakin baik *Word of mouth* maka akan semakin tinggi pula *Buying* yang dilakukan oleh konsumen. Akan tetapi peneliti melihat bahwa masih terdapat konsumen yang memberikan kritikan dengan mengatakan bahwa harga pada Fiona ponsel lebih mahal bila dibandingkan dengan ponsel lainnya, Peneliti menilai bahwa Tingkat promosi yang dilakukan Fiona ponsel masih belum berjalan dengan maksimal, hal ini terlihat dari kurangnya pemanfaatan media social didalam mengupayakan promosi produk yang dilakukan oleh Fiona ponsel.

Buying dapat di nilai dengan indikator kemantapan produk, kebiasaan membeli, merekomendasikan kepada orang lain dan pembelian ulang. Sedangkan indikator *life style* yaitu aktivitas keseharian, minat dan pendapat, untuk mengukur *word of mouth* dapat di lihat dari indikator *talk*, *promote*, *recommmend*

dan sell dan strategi promosi memiliki indikator jangkauan promosi, kualitas promosi, frekuensi promosi dan publisitas (Sumarno, 2022)

Tingkat pembelian pada Fiona ponsel masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa didalam memberikan pelayanannya Fiona ponsel dinilai kurang ramah sehingga terdapat konsumen yang datang tetapi tidak jadi melakukan pembelian, hal ini menunjukkan bahwa *Buying* pada Fiona ponsel masih belum sepenuhnya maksimal. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian seorang konsumen yaitu bagaimana *life style* konsumen, bagaimana *Word of mouth* dan bagaimana strategi promosi yang dilakukan.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul“Pengaruh *Life style*, *Word of mouth* dan Strategi Promosi Terhadap *Buying* di Fiona Ponsel di Sabungan Kec. Sungai kanan”.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya permasalahan dalam penulisan, maka peneliti memberikan batasan variabel yaitu mengenai *life style*, *Word of mouth* dan strategi promosi sebagai variabel bebas, kemudian *Buying* sebagai variabel terikat.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Lifestyle* terhadap *Buying* pada Fiona ponsel di Sabungan?
2. Apakah ada pengaruh *Word of mouth* terhadap *Buying* pada Fiona ponsel di Sabungan?
3. Apakah ada pengaruh strategi pemasaran terhadap *Buying* pada Fiona ponsel di Sabungan?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle* terhadap *Buying* di Fiona ponsel di Sabungan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Word of mouth* terhadap *Buying* di Fiona ponsel di Sabungan
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi terhadap *Buying* di Fiona ponsel di Sabungan

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variable penelitian.

2. Bagi Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen

pemasaran.

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.