

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi adalah kegiatan atau proses untuk saling bertukar informasi atau hal lainnya dari satu bagian ke bagian lainnya. Ada 2 jenis komunikasi yang sering kita gunakan yaitu komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung, dari kedua jenis ini muncul beberapa kebutuhan terkait komunikasi sehingga kebutuhan masyarakat akan komunikasi sangat beragam. Untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi bermunculan produk teknologi yang memenuhi kebutuhan komunikasi manusia sekarang.

Dari berbagai macam produk komunikasi yang di tawarkan di era digital ini smartphone merupakan alat komunikasi yang sangat banyak digunakan di kalangan masyarakat sekarang, sehingga smartphone telah menjadi kebutuhan yang sangat penting. Kebutuhan akan smartphone pun tidak memandang dari kalangan bawah, menengah maupun atas.

Sehingga bermunculan beberapa produsen smartphone yang siap memenuhi kebutuhan masyarakat akan komunikasi, dan dari beberapa banyak produsen pun mengeluarkan berbagai macam produk smartphone dengan berbagai harga, mulai dari jutaan hingga puluhan juta. Hal itu semata-mata dilakukan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan komunikasi serta harga yang bisa dijangkau oleh setiap kalangan.

Dari berbagai produsen smartphone di dunia sudah memasarkan produknya di Indonesia mulai dari produsen yang telah lama memproduksi smartphone maupun produsen yang baru, hal tersebut dikarenakan minat pembelian yang tinggi akan produk smartphone.

**Indonesia Top 5 Smartphone Companies,
2019Q2 Unit Market Share**

Company	2018Q4	2019Q1	2019Q2
Samsung	27.0%	31.8%	26.9%
OPPO	19.7%	23.2%	21.5%
vivo	11.8%	14.9%	17.0%
Xiaomi	20.7%	10.8%	16.8%
realme	1.6%	1.4%	6.1%
Others	19.2%	17.8%	11.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker 2019Q2 (For Internal Use Only)

Gambar 1.1 lima perusahaan smartphone top di Indonesia

Dari berbagai produsen setidaknya ada 5 brand smartphone yang begitu banyak di minati di Indonesia dengan persentase di gambar di atas bahwa produk Samsung mendominasi dengan 26,9% perusahaan smartphone di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa produk Samsung lebih di minati di Indonesia.

Dan smartphone sekarang sudah menjadi trend yang sangat di minati oleh masyarakat, serta perusahaan penyedia-penyedia smartphone sudah memiliki pelanggan yang setia akan produk mereka.

Dari tindakan pembelian ada suatu perilaku pembelian yang menyimpang yaitu perilaku Pembelian Kompulsif, Pembelian Kompulsif merupakan salah satu perilaku konsumsi yang fenomenal dimana suatu individu melakukan aktifitas pembelian secara berulang tanpa alasan yang jelas mengapa mereka melakukan pembelian tersebut.

Setiap konsumen pasti mempunyai keinginan untuk membeli sesuatu secara terus menerus. Namun jika pembelian ini berlebihan dan menjadi sebuah kebiasaan, maka hal inilah yang biasa disebut sebagai compulsive buying (Siloha, 2010)

Dari hal ini kita bisa melihat apa yang menyebabkan perilaku kompulsif terhadap mahasiswa dan mahasiswi apakah ada faktor lain selain loyalitas pelanggan yang mempengaruhi perilaku tersebut atau ada hal yang lebih mempengaruhi selain loyalitas, Dan apakah *orientasi fashion (X1)*, *gaya hidup (X2)*, *money attitude (X3)*, *self-esteem (X4)*, terhadap perilaku pembelian kompulsif (*Y*) juga bisa mempengaruhi pembelian kompulsif.

Proposal ini merupakan replikasi modifikasi dari penelitian dari lestari dan kristiyanto (2012) tentang perilaku pembelian kompulsif. Peneliti tertarik untuk meneliti kembali tentang perilaku pembelian kompulsif dengan penambahan variable Gaya hidup yang tidak ada dalam penelitian sebelumnya. Penambahan variabel Gaya hidup bertujuan untuk melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak karena di dalam variabel tersebut terdapat segmen yang berpengaruh terhadap minat, opini, dan aktivitas yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosial. Sehingga menjadikan penelitian ini objek dan subjek berbeda dengan tema “Dampak *Orientasi Fashion*, *Gaya Hidup*, *Money Attitude* dan *self-esteem* terhadap Pengaruh Perilaku Pembelian Kompulsif Smartphone pada Mahasiswa”. Karena peneliti ingin mengetahui sebesar apa pengaruh variabel-variabel terhadap perilaku pembelian kompulsif Smartphone pada mahasiswa di yogyakarta dan adakah variabel-variabel tersebut memang mempengaruhi pembelian kompulsif.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas maka dapat di simpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah *orientasi fashion* mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif ?
2. Apakah gaya hidup bisa mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif ?
3. Apakah *money attitude* bisa mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif ?
4. Apakah *self-esstem* bisa mempengaruhi pembelian kompulsif ?

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah di paparkan maka bisa di jelaskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis *orientasi fashion* terhadap perilaku pembelian kompulsif
2. Menganalisis gaya hidup terhadap perilaku pembelian kompulsif
3. Menganalisis *money attitude* terhadap perilaku pembelian kompulsif
4. Menganalisis *self-esstem* terhadap perilaku pembelian kompulsif

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis penelitian

- a. Bagi perusahaan

Di harapkan penelitian ini bisa memberikan saran atau masukan terkait perilaku pembelian kompulsif yang di lakukan oleh konsumen sehingga perusahaan bisa menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk mengambil keputusan ataupun menetapkan strategi perusahaan

- b. Bagi konsumen

Suatu metode pembelajaran atau informasi yang di tujukan sebagai pemahaman tentang perilaku pembelian kompulsif yang di lakukan oleh konsumen sehingga

konsumen bisa menggunakannya untuk referensi tindakan keputusan pembelian agar tidak terjadi perilaku pembelian kompulsif.

2. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini dapat di gunakan sebagai media informasi dan sarana pembelajaran untuk menambah ilmu pengetahuan tentang perilaku pembelian kompulsif dan penelitian ini juga bisa di gunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.