

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini tampaknya masyarakat berada dalam lingkup kapitalisme global. Secara singkat kapitalisme global (*global capitalism*) dapat didefinisikan sebagai bentuk kapitalisme yang berskala global, yang terutama didukung oleh berbagai mekanisme-mekanisme struktural dan lembaga-lembaga multinasional. Karakteristik dari kapitalisme global adalah cakupannya yang mengglobal dan prinsip utamanya yaitu persaingan. Sementara pelumas sosial yang amat dibutuhkan dalam perputaran kapitalisme global ini adalah kelompok konsumen (*consumer society*) yang akan melalap habis produk kapitalisme global. Seperti konsumen materialistis dan konsumerisme.

Smartphone kini menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, smartphone bukan lagi menjadi barang mewah yang hanya bisa dimiliki oleh orang-orang kaya tetapi dapat dijangkau oleh semua golongan masyarakat. Smartphone merupakan handphone yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi dengan fungsi yang menyerupai komputer. Smartphone bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi, yang menyediakan hubungan standard dan mendasar bagi pengembangan aplikasi dengan kata lain smartphone merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah handphone (id.wikipedia.org).

Seiring dengan perkembangan teknologi *smartphone* maka pasar *smartphone* di Indonesia juga semakin tumbuh dengan sangat pesat terutama di beberapa kota besar seperti Surabaya, hampir setiap hari pusat perbelanjaan di

kota Surabaya yang menjual berbagai macam produk *smartphone* selalu dipenuhi dengan calon pembeli yang ingin membeli *smartphone* ataupun hanya sekedar mencari informasi mengenai produk *smartphone* terbaru yang sedang beredar di pasar.

Penggunaan telepon selular atau handphone saat ini dapat dikatakan merupakan kebutuhan primer bagi manusia, karena dengan adanya alat komunikasi ini maka akan sangat mempermudah komunikasi. Perkembangan teknologi handphone hingga saat ini telah memasuki generasi ke-4 atau 4G (Fourth Generation). 4G merupakan sebuah sistem ponsel yang memberikan pendekatan baru dan solusi infrastruktur yang mengintegrasikan teknologi nirkabel yang telah ada termasuk wireless broadband (WiBro), 802.16e, CDMA, wireless LAN, Bluetooth, dan lain-lain. 4G juga memberikan penggunaanya kecepatan tinggi, volume tinggi, kualitas baik, jangkauan global, dan fleksibilitas tinggi. Memasuki tahun 2008, sistem operasi Android muncul untuk pertama kalinya. Ponsel ini di dukung oleh Google untuk mempermudah pengguna berselancar di dunia maya. Brand pertama yang menggunakan Android sebagai sistem operasinya adalah HTC Dream oleh T-Mobile. Di tahun yang sama *Apple* juga mulai mengembangkan produk *smartphone* agar dapat bersaing dengan Android. *Apple* mulai mengeluarkan dan mempromosikan *Apple Store* dan menyediakan aplikasi baik gratis ataupun berbayar. Dan aplikasi tersebut bisa langsung diunduh di ponsel tersebut ataupun melalui komputer, hal itulah yang membuat *Apple* banyak diminati pada saat itu.

Dalam persaingan merek di pasar *smartphone* sendiri hingga saat ini Samsung dengan sistem operasi android dinilai masih merupakan merek ponsel pintar terpopuler di dunia, satu tempat di atas *Apple*. Perusahaan asal Korea

Selatan ini merupakan manufaktur ponsel terbesar di dunia sejak 2011 dengan jaringan penjualan dan perakitan yang ada di sekitar 80 negara.

Apple belakangan mulai menyasar pelanggan kelas menengah dan memperoleh hasil yang signifikan. Di bulan Maret 2015, *Apple* tercatat memiliki 453 toko retail di 16 negara dan mengoperasikan *Apple Store* serta iTunes yang merupakan retail musik online terbesar dunia. Selain itu terdapat beberapa merek lain seperti LG (Korea Selatan), Huawei (Tiongkok), Lenovo (Tiongkok), Asus (Taiwan), Sony (Jepang) dan juga beberapa merek pendatang baru seperti Xiaomi (China), Oppo (China), Vivo (China) yang keberadaannya mulai mengganggu pemain pasar utama yaitu Samsung dan *Apple*.

Banyaknya merek-merek smartphone yang beredar menyebabkan persaingan yang ketat diantara perusahaan. Apple Inc. adalah sebuah perusahaan multinasional yang berpusat di Silicon Valley, Cupertino, California , Amerika Serikat dan bergerak dalam bidang perancangan, pengembangan, dan penjualan barang-barang yang meliputi elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, serta komputer pribadi. Apple dikenal akan produk perangkat lunak diantaranya sistem operasi OS X dan iOS, pemutar musik iTunes, serta peramban web Safari, dan perangkat keras diantaranya komputer meja iMac, komputer jinjing MacBook Pro, pemutar lagu iPod, serta telepon genggam iPhone dan jam tangan pintar Apple Watch.

Dalam segala hal produk smartphone Apple belum bisa tertandingi oleh merek-merek Cina dan Samsung. Smartphone Apple tidak hanya menjual “handphone”, gaya hidup dan menjual sistem terpadu antara hardware dan software dalam satu produk yang terwujud di keunikan desain dan material khas keluar Apple. Memang ada software dari pihak ketiga, tapi semua software itu

harus berjalan di atas Operating System Apple, dimana OS ini dengan mudah terhubung dengan perangkat keluaran Apple lainnya, seperti iPad, iPod, laptop macbook dan dekstopnya. Kabarnya provider software untuk Apple Store diuji secara ketat dan mendalam sebelum dipasang di jajaran toko software Apple. Sebaliknya, untuk Android Market seleksi kelayakan tidak sekuat Apple (m.kompasiana.com). Berikut ini adalah data penjualan *top five smartphone vendors* di pasar dunia pada tahun 2015 – 2016.

Tabel 1.1

Data penjualan *Top Five Smartphone Vendors* di pasar dunia pada tahun 2015-2016 (milyar unit)

Vendor	Shipment Volumes 2016				Shipment Volumes 2015				Total Shipment Volumes	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	2015	2016
Samsung	81.9	77.0	72.5	77.5	82.4	73.0	83.8	81.3	319.7	309.4
Apple	51.2	40.4	45.5	78.3	61.2	47.5	48.0	74.8	231.5	215.4
Huawei	27.5	32.1	33.6	44.9	17.4	29.6	27.3	32.6	107.1	138.8
OPPO	18.5	22.6	25.3	29.5	7.3	9.6	11.4	14.8	39.7	84.6
Vivo	14.3	16.4	21.2	25.6	6.4	9.1	10.5	13.3	39.0	71.9
Others	141.5	154.8	164.8	182.9	159.8	173.6	178.2	186.2	703.2	668.1
Total	334.9	343.3	362.9	436.7	334.4	324.4	359.3	403.0	1440.2	1488.2

Sumber: IDC (*International Data Corporation*)

Dari data diatas terlihat bahwa Apple mengalami penurunan penjualan dari 61,2 milyar unit di kuartal 1 tahun 2015 menjadi 51,2 milyar unit pada kuartal 1 tahun 2016. Pada kuartal 2 tahun 2016 penurunan penjualan dari 47,5 milyar unit di kuartal 2 tahun 2015 menjadi 40,4 milyar unit. Pada kuartal 3 tahun 2016 mengalami penurunan penjualan dari 48,0 milyar unit di kuartal 3 tahun 2015 menjadi 45,5 milyar unit sedangkan pada kuartal 4 tahun 2016 Apple mengalami peningkatan penjualan dari 74,8 milyar unit di kuartal 4 tahun 2015 menjadi 78,3 milyar unit. Berdasarkan total penjualan smartphone Apple pada tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan penjualan dari 231,5 milyar unit pada tahun 2015 menjadi 215,4 milyar unit pada tahun 2016.

Tabel 1.2
Data pangsa pasar *Top Five Smartphone Vendors* di pasar dunia pada tahun 2015-2016 (milyar unit)

Vendor	Market Share 2016				Market Share				Total Market Share	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	2015	2016
Samsung	24.5%	22.4%	20.0%	17.7%	24.6%	21.3%	23.3%	20.2%	22.2%	20.8%
Apple	15.3%	11.8%	12.5%	17.8%	18.3%	13.9%	13.4%	18.6%	16.1%	14.5%
Huawei	8.2%	9.4%	9.3%	10.2%	5.2%	8.6%	7.6%	8.1%	7.4%	9.3%
OPPO	5.5%	6.6%	7.0%	6.7%	2.2%	2.8%	3.2%	3.7%	2.8%	5.7%
Vivo	4.3%	4.8%	5.8%	5.8%	1.9%	2.7%	2.9%	3.3%	2.7%	4.8%
Others	42.3%	45.1%	45.4%	41.7%	47.8%	50.7%	49.6%	46.2%	48.8%	44.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

sumber: IDC (*International Data Corporation*)

Dari data diatas terlihat bahwa Apple mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 18,3% di kuartal 1 tahun 2015 menjadi 15,3% pada kuartal 1 tahun 2016. Pada kuartal 2 tahun 2016 penurunan pangsa pasar sebesar 13,9% di kuartal 2 tahun 2015 menjadi 11,8%. Pada kuartal 3 tahun 2016 penurunan pangsa pasar sebesar 13,4% di kuartal 3 tahun 2015 menjadi 12,5% dan pada kuartal 4 tahun 2016 Apple mengalami penurunan pangsa pasar dari 18,6% di kuartal 4 tahun 2015 menjadi 17,8% di kuartal 4 tahun 2016. Berdasarkan total pangsa pasar smartphone Apple pada tahun 2015 dan 2016 terlihat bahwa penurunan pangsa pasar dari 16,1% di tahun 2015 menjadi 14,5% pada tahun 2016.

Di kecamatan Sukolilo kota Surabaya sebagian besar peminat dan pengguna *Smartphone Apple* merupakan konsumen yang berusia antara 29-32 tahun yang berpendidikan S1. Mereka berprofesi sebagai pegawai swasta yang melanjutkan pendidikan di kampus elit yang berada di kota Surabaya. Berikut ini adalah daftar harga smartphone Apple di Surabaya bulan Agustus tahun 2017:

Tabel 1.3

Daftar Harga Smartphone Apple di Surabaya Agustus 2017 (rupiah)

Tipe Smartphone	Harga
iPhone 7 plus 256GB	14.000.000
iPhone 7 plus 128 gb	12.500.000
iPhone 7 plus 32 GB	11.000.000
iPhone 7 256 GB	12.500.000
iPhone 7 128 GB	11.000.000
iPhone 7 32 GB	9.500.000
iPhone 6s plus 128 GB	10.500.000
iPhone 6s plus 64 GB	9.500.000
iPhone 6s plus 16 GB	8.000.000
iPhone 6 s 128 GB	9.000.000
iPhone 6s 64 GB	8.000.000
iPhone 6s 16 GB	6.500.000
iPhone 6 plus 128 GB	7.000.000
iPhone 6 plus 64 GB	6.500.000
iPhone 6 plus 16 GB	5.500.000
iPhone 6 128 GB	6.000.000
iPhone 6 64 GB	5.500.000
iPhone 6 16 GB	4.500.000

Sumber: WTC Surabaya

Berdasarkan Tabel 1.3 terlihat bahwa smartphone Apple merupakan produk prestise. Untuk harga smartphone Apple yang dirilis tahun 2017 yaitu iPhone 7 dan iPhone 7 plus dibandrol dengan harga Rp 9.500.000 hingga Rp 14.000.000 sedangkan produk lama masih dijual dengan harga tinggi.

Eastman et al (dalam Chan et al (2014) mendefinisikan *status consumption* adalah sebuah proses motivasi dimana individu ingin meningkatkan status sosial melalui konsumsi produk yang menyolok yang memberi dan melambangkan sesuatu yang berarti baik bagi individu maupun lingkungan sekitarnya. *Status consumption* menyangkut motivasi seseorang untuk mengkonsumsi demi status dan gengsi sosial terlepas dari level pendapatan dan kelas sosial.

Saat tujuan dari konsumen tersebut terpenuhi maka akan timbul *affective response* dari konsumen tersebut. Mowen dan Minor (2002:208) menjelaskan bahwa afeksi (*affect*), atau perasaan dapat didefinisikan sebagai “fenomena kelas mental yang secara unik dikarakteristikan oleh pengalaman yang disadari, yaitu keadaan perasaan subjektif, yang biasanya muncul bersama-sama dengan emosi dan suasana hati. Ha et al (dalam Frederica,2016) mengatakan bahwa proses afektif dari kepuasan pasca pembelian berpengaruh terhadap *repurchase intention* dari konsumen, dimana hal tersebut menunjukkan kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Konsumen akan menampilkan diri di depan anggota sosial yang lainnya. Upaya penampilan diri tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan barang-barang mewah di depan orang lain. Karena pembelian barang-barang mewah dapat meningkatkan status dan mendapatkan keuntungan dalam interaksi sosial (Nielsen dan Meijers,2011).

Studi empiris di hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *status consumption* dan *materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective response* dan *affective response* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* sedangkan *status consumption* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* (Jane Frederica 2016) dan hasil penelitian (Wing Yin Chan,Chester K.M.To, Wai Ching Chu 2015) menunjukkan bahwa *affective response* memiliki pengaruh langsung terkuat terhadap *repurchase intention* dan *status consumption* berpengaruh langsung terhadap *repurchase intention*.

Berdasarkan latar belakang di atas,maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Status consumption* Dan *Affective response* Mendorong

Repurchase intention Produk Smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1.2.1 Apakah *status consumption* berpengaruh terhadap pembentukan *affective response* dalam melakukan pembelian produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya?
- 1.2.2 Apakah *affective response* berpengaruh terhadap *repurchase intention* produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh mediasi antara *status consumption* terhadap *repurchase intention* melalui *affective response*. dalam melakukan pembelian produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya?
- 1.2.4 Apakah *status consumption* berpengaruh secara langsung terhadap *repurchase intention* produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *status consumption* terhadap pembentukan *affective response* dalam melakukan pembelian produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh *affective response* terhadap *repurchase intention* produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya

- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh mediasi antara *status consumption* terhadap *repurchase intention* melalui *affective response* dalam melakukan pembelian produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya
- 1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh *status consumption* secara langsung terhadap *repurchase intention* produk smartphone Apple di Kecamatan Sukolilo Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi sebagai sumber referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini dan menambah sumber pustaka yang telah ada.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi para akademisi penelitian ini sebagai pengetahuan dan informasi guna menciptakan kemampuan pemahaman mengenai status consumption, *affective response* dan *repurchase intention*. Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.