

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi terutama di industri jam tangan, bahwa Indonesia saat ini sudah banyak jam tangan beragam merk dan tipe yang membuat persaingan dari jam tangan itu sendiri semakin berat. Di Indonesia sudah banyak beragam merk jam tangan mulai dari jam tangan produksi lokal maupun langsung dibawakan dari luar negeri mulai dari *Casio*, *G-Shock*, *Swiss Army*, *Expedition*, *Alexandre Christie* dan lain sebagainya. *Alexandre Christie* merupakan jam tangan yang dirakit di Indonesia. Namun jam tangan ini tidak bisa disebut sebagai produk asli Indonesia karena tidak semua komponen dari jam tangan ini dibawakan langsung dari luar negeri. Contohnya yaitu mesin dari *Alexandre Christie* ternyata menggunakan mesin miyota. Mesin miyota merupakan mesin jam tangan yang berasal dari negeri sakura Jepang dan sudah terkenal kualitasnya. Pada mulanya, jam tangan *Alexandre Christie* dikenal dengan sebutan jam tangan Swiss. Tetapi semenjak mereknya dipatenkan, maka sebutan jam tangan Swiss ditanggalkan dan kemudian dikenal sebagai jam tangan *Alexandre Christie Steel*. Sebenarnya Jam tangan *Alexandre Christie* dan *Expedition* memiliki hubungan antara satu sama lain karena pabrik yang memproduksi kedua jam tangan tersebut sama.

Waktu awal kemunculannya, jam *Alexandre Christie* masih terdengar asing dan diragukan akan kualitas dan ketahanannya. Namun sekarang jam tangan ini

sudah terbukti kualitasnya. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya peminat dan semakin bertambahnya pada penjual yang menawarkan produk tersebut.

Di Kota Batam sendiri jam tangan *Alexandre Christie* merupakan suatu merk yang terkenal dan banyak dipakai oleh kalangan anak remaja hingga orang dewasa. Jam tangan *Alexandre Christie* termasuk *luxury brand* karena termasuk merek yang sangat baik dengan menggunakan teknologi mesin Miyota yang diimpor langsung dari Jepang. Harga yang dibandrol oleh jam tangan *Alexandre Christie* ini relatif terbilang terjangkau yaitu mulai dari harga kisaran antara 500 ribu hingga jutaan rupiah. Sudah jelas harga tidak pernah mengecewakan kualitas yang ditawarkan. Jam *Alexandre Christie* memiliki model yang selalu *update* dengan model yang bervariasi yang membuat para pelanggannya selalu menanti kehadiran barunya tersebut. *Alexandre Christie* merupakan produk jam tangan penunjang gaya hidup. Hal ini dikarenakan jam *Alexandre Christie* menegaskan bahwa jam tangan *Alexandre Christie* bisa dipakai pada aktivitas, suasana, dan acara apapun, bisa dipakai untuk bekerja, kuliah, berkumpul dengan teman maupun berlibur.

Generasi milenial yang tumbuh dengan perkembangan teknologi yang lebih *up to date* terhadap informasi, salah satunya *Fashion*. Menurut generasi ini *fashion* dapat menunjukkan tingkat kepercayaan melalui perilaku konsumen menunjukkan bagaimana konsumen mengambil keputusan dan mengontrol seluruhnya termasuk barang yang mereka beli. Hal ini menjadikan Jam tangan *Alexandre Christie* mempunyai banyak persaingan yang berat di kelasnya,

sehingga hal ini berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan gaya hidup serta kepercayaan terhadap keputusan pembelian jam tangan *Alexandre Christie* di Kota Batam. Hal tersebut jelas menjadi ancaman bagi eksistensi jam tangan *Alexandre Christie* di kalangan masyarakat khususnya di Kota Batam.

Memahami perilaku konsumen ialah hal yang penting untuk dilakukan karena setiap pengguna mempunyai dasar tersendiri dalam menentukan barang yang akan mereka pakai seperti yang dinyatakan oleh (Adiwidjaja, 2017). Perilaku konsumen merupakan kegiatan yang mendasari pengguna dalam memakai suatu produk yang tentunya seorang pengguna akan memikirkan terdahulu barang apa yang akan dibeli yang dimulai dengan harga, kualitas, dan fungsi dari produk tersebut. Konsumen biasanya lebih teliti dan selektif bila dihadapkan dalam proses suatu produk. Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang tidak terarah, yang hanya mengikuti gengsi dan *trend* gaya hidup saat ini.

Perilaku konsumen ditujukan terhadap pengguna yang berencana membeli serta menggunakan barang yang menjadi miliknya. Dengan kata lain perilaku konsumen melibatkan tindakan pengambilan keputusan pembeli produk tersebut melalui evaluasi yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Menurut penelitian (Dian & Siahaan, 2020) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Gaya hidup menunjukkan sikap yang memengaruhi individu di dunia ini. Aksi dalam bentuk memakai uang, tenaga maupun sumber daya yang dimiliki hingga habis dari produk membentuk pola tersendiri dari individu dalam

memberikan pendapat atau penilaian produk yang sama dengan kegiatan tersebut. Menceritakan tentang bagaimana kita hidup dari awal rutinitas hingga kembali pada malam hari, pakaian yang dikenakan, kegiatan yang kita lakukan di hari ini, serta pendapat kita dalam menanggapi sesuatu. Seperti penelitian oleh (Alsabiyah, 2019) yang menerangkan bahwa gaya hidup mencakup Aktivitas dan Minat memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian, namun opini tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung kepada faktor antar komunitas, seperti persaingan yang dirasakan oleh perusahaan, integritas, kejujuran dan kebijakan. Menurut (Mutiara & Wibowo, 2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan disebut sebagai harapan positif konsumen terhadap produsen atas kemampuan untuk menghasilkan produk yang memuaskan keinginan pelanggan. Kepercayaan merupakan suatu ide yang menggambarkan individu kepada suatu hal, salah satunya ialah faktor psikis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dalam bertransaksi *online*, kepercayaan timbul jika pihak yang terlibat percaya dengan kepastian yang diberikan, serta dapat membagikan pendapatnya. Seperti hasil penelitian oleh (Rahmawati & Nikmah, 2019) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan serta kualitas informasi secara masing-masing dan bersamaan berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian *online* di Shopee.

Pengambilan keputusan pembelian merupakan subbab dalam ilmu *marketing*, yang mencakup bagaimana cara seseorang atau kelompok dalam menentukan, menghabiskan, dan menggunakan produk, jasa, gagasan atau

kejadian yang dialami guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penelitian tentang pengambilan keputusan menjadi sangat berharga karena semakin banyaknya persaingan dalam merebut keputusan konsumen dalam memakai produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Fenomena saat ini bahwa jam tangan bukan lagi digunakan sebagai alat pengingat waktu, namun telah berubah menjadi bagian dari *fashion* yang sudah tidak bisa dilepaskan gaya hidup masyarakat terutama di Kota Batam. Masyarakat di Kota Batam kecenderungan memiliki perilaku konsumtif dan memiliki gaya hidup yang *glamour* bagi sebagian kalangan. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena Kota Batam sendiri berbatasan langsung dengan Negara Malaysia dan Singapura. Sebagian masyarakat membeli jam tangan karena sebagai pengingat waktu dan sebagian lainnya membeli jam tangan karena ingin terlihat lebih percaya diri dan menunjukkan kelas yang berbeda.

Berdasarkan fenomena di atas menyebabkan aktivitas konsumsi yang tadinya hanya sebagai sarana untuk mencukupi hasrat telah diganti menjadi aktivitas yang menyangkut *lifestyle* dan kepercayaan. Sama seperti kebutuhan akan jam tangan seperti merek Alexandre Christie.

Penulis melakukan penelitian pada objek jam tangan *Alexandre Christie* yang membedakan dari penelitian sebelumnya yang menggunakan objek seperti tas, sepatu, kosmetik dan aksesoris lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang diteliti, peneliti mempunyai minat untuk melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen, gaya hidup, dan kepercayaan

terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti mengangkat topik **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie di Kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kecenderungan konsumen Kota Batam yang berperilaku konsumtif.
2. Kecenderungan konsumen Kota Batam dalam mengoleksi barang mewah.
3. Kepercayaan konsumen yang selalu dikaitkan dengan kualitas produk.
4. Perubahan gaya hidup akibat dari dampak modernisasi.
5. Keputusan pembelian yang didasari pada perilaku konsumen, gaya hidup, dan kepercayaan dalam pembelian produk.

1.3. Batasan Masalah

Agar batasan sama dengan latar belakang di atas dari tujuan penulisan, maka diperlukan batasan-batasan masalah seperti berikut ini:

1. Variabel independen yang digunakan yaitu perilaku konsumen (X1), gaya hidup (X2), dan kepercayaan (X3).
2. Variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan pembelian (Y).
3. Objek penelitian yang diteliti adalah jam tangan Alexandre Christie di Kota Batam.
4. Penelitian ini mengambil lokasi yang berada di Kompleks Nagoya Centre, Jodoh, Batam Ampar, Batam.
5. Data dalam penelitian ini diambil dalam periode tahun 2020.

1.4. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang peneliti rumuskan berdasarkan pada latar belakang yang sudah diuraikan di atas:

1. Apakah perilaku konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Kota Batam?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Kota Batam?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Kota Batam?
4. Apakah perilaku konsumen, gaya hidup dan kepercayaan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara sikap konsumen, gaya hidup dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat

1. Untuk mengembangkan materi mengenai perilaku konsumen, gaya hidup dan kepercayaan;
2. Untuk mengembangkan konseptual mengenai keputusan pembelian.

1.6.2. Manfaat Praktis

Secara praktik penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan lebih luas lagi tentang masalah perilaku konsumen, gaya hidup dan kepercayaan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang terjadi di lingkungan sekitar.

2. Bagi Konsumen

Bagi konsumen penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui tentang apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman oleh peneliti selanjutnya, menjadi inspirasi bagi penelitian lanjutan, serta yang diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti lainnya maupun kalangan umum.

4. Bagi Universitas Putera Batam

Untuk objek evaluasi dalam mengambil keputusan yang bijaksana di masa depan. Untuk menyampaikan tambahan informasi dan masukan serta

menyampaikan saran yang berguna bagi fakultas ekonomi Universitas Putera Batam.