

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era industri 4.0 merupakan suatu fase dari revolusi teknologi untuk mengubah cara beraktivitas manusia dalam suatu skala, ruang lingkup, kompleksitas serta transformasi dari sebelumnya. Kreativitas serta kecerdasan di era ini merupakan suatu inovasi sangat di unggulkan dalam mengungguli dari pesaingnya yang ada. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus memanfaatkan internet sebagai dari pengembangan pada industrinya.

Pemanfaatan dari sebuah teknologi tidak bisa pungkiri lagi pada dinamika kehidupan sehari-hari. Karena masyarakatnya sudah terbiasa dalam menggunakan internet untuk mencari informasi bahkan masyarakat juga terbiasa melakukan pembelian produk pada sosial media serta flatform digital lainnya. Masyarakat juga dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya dengan memanfaatkan dari sebuah teknologi dalam menjalankan setiap kegiatannya

Fenomena yang menarik pada kehidupan masyarakat dewasa dengan maraknya budaya global (*Global Culture*) serta gaya hidup (*Life Style*) *pop culture*. Salah satu fenomena penting pada proses globalisasi sudah melahirkan generasi *gadget* yang di tandai dengan munculnya generasi *millennial*. Menurut Yuswohady dalam artikel *Millennial Trend* (2016) Generasi Milenial (*Millennial Generation*) merupakan suatu generasi yang lahir pada rentang waktu awal tahun 1980 hingga 2000. Generasi tersebut

sering dikenal dengan *Gen-Y* atau dengan sebutan generasi *milenial* karena generasi ini hidup pada pergantian millennium.

Minuman kekinian menjadi trend di kalangan generasi milenial. Banyak jenis minuman kekinian yang ditawarkan, namun minuman boba menjadi salah satu minuman yang paling diminati karena memiliki rasa yang sangat manis dibandingkan dengan minuman lainnya. Boba merupakan isian dari bubble tea atau bola-bola tapioka yang berbahan dasar tepung singkong, kemudian sebelum disajikan boba direndam dulu menggunakan gula dan madu untuk menciptakan rasa manis. Bubble tea merupakan minuman yang banyak disukai oleh generasi milenial karena memiliki rasa yang manis dan creamy yang dipadukan dengan boba yang bertekstur sangat kenyal.

Gerei-gerai yang banyak menyediakan minuman boba tersebar dimana saja dijadikan sebagai budaya milenial dalam mengkonsumsi minuman tersebut. Kemudian dijadikan tren yang mengakibatkan daya tarik dari generasi milenial sehingga menjadi bagian dari gaya hidup (*Lifestyle*) bagi semua kalangan generasi *milenial*.

Pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk merupakan suatu proses pemecahan masalah pada konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk yang dapat digunakan maupun dikonsumsi. Produk yang banyak beredar membuat para konsumen untuk mempertimbangkan produk yang dapat memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Pilihan yang telah ditentukan oleh konsumen disebabkan oleh pengaruh beberapa faktor yang sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian.

Lifestyle merupakan tingkah laku dan pola hidup sehari-hari yang dilihat dari aktivitas seseorang, minat, serta opininya yang berubah dalam mengikuti zaman. Menurut Kotler dan Keller (2009:175) gaya hidup dapat menggambarkan kepribadian dari seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup memberikan sebuah gambaran dimana gaya hidup yang menentukan seseorang dalam memilih apa yang diinginkan, sehingga fenomena tersebut akan terbentuknya pola pikir dari seseorang. Menurut Mowen dan Minor (2002:282) gaya hidup dapat menunjukkan bagaimana cara hidup, membelanjakan uang, serta mengalokasikan waktunya. Generasi *milenial* merupakan fenomena dari perubahan gaya hidup yang mengakibatkan melakukan terhadap keputusan pembelian minuman Boba.

Budaya *milenial* merupakan suatu pola hidup seseorang dalam melakukan hal-hal yang menyangkut di zaman 4.0 seperti menggunakan alat elektronik yang canggih serta penggunaan internet. Dampaknya pergerakan dari generasi *milenial* menjadi lebih cepat karena dapat menghilangkan hambatan dan limitasi dari bertransaksi dengan fisik menjadi bertransaksi melalui internet. Budaya *milenial* pada penggunaan internet dalam bertransaksi jadi sangat konsumtif. Hal ini didukung beberapa faktor yaitu seperti dari suatu komunitas ataupun lingkungan pertemanannya. Ketika suatu komunitas ataupun pertemanannya membeli suatu barang seorang anak *milenial* akan ikut membeli barang tersebut dan menggunakan seperti lainnya yang dikarenakan mengikuti tren.

Berkembangnya teknologi serta banyaknya pengguna internet yang dapat memudahkan pelaku usaha untuk memperluas pasarnya serta. Generasi *milenial* yang banyak dalam mengikuti tren minuman boba dengan mencari informasi dari berbagai referensi. Dalam mencari informasi tentunya harus melakukan komunikasi sosial secara online melalui *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*. Dengan *E-WOM* generasi *milenial* dengan mudahnya mencari informasi tentang tren minuman boba. Generasi *milenial* sering menggunakan platform media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, dan *whatsapp*.

Ponorogo merupakan salah satu daerah yang generasi *milenial* nya mengikuti tren minuman kekinian. Tren ini membuat para pelaku usaha minuman kekinian untuk bersaing dalam meningkatkan penjualannya. Banyak pedagang minuman kekinian di Ponorogo salah satunya adalah minuman boba.

Berdasarkan pada uraian diatas pentingnya *lifestyle*, budaya *milenial*, dan *E-WOM* terhadap keputusan pembelian minuman kekinian pada konsumen minuman boba di Ponorogo. Maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh *Lifestyle*, Budaya *milenial*, *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian (Survey Pada Konsumen Minuman Boba Di Ponorogo).**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba di Ponorogo?

2. Apakah Budaya *milenial* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman kekinian Boba di Ponorogo?
3. Apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman kekinian Boba di Ponorogo?
4. Apakah *Lifestyle*, Budaya *milenial*, dan *E-WOM* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Minuman kekinian Boba di Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Boba di Ponorogo?
2. Untuk mengetahui apakah Budaya *Milenial* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Boba di Ponorogo?
3. Untuk mengetahui apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Boba di Ponorogo?
4. Untuk mengetahui apakah *Lifestyle*, Budaya *Milenian*, dan *E-WOM* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Boba di Ponorogo?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak, antara lain :

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang di pengaruhi oleh *Lifestyle*, Budaya *Milenial*, dan *E-WOM*.

b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna serta untuk menambah referensi dalam ilmu pemasaran selanjutnya khususnya perilaku konsumen

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dalam meningkatkan penjualannya.

d. Bagi Masyarakat

Menambah informasi guna mempertimbangkan keputusan pembelian dan dapat dijadikan rujukan penelitian selanjutnya.

