

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun terakhir ini, dunia dipenuhi dengan tumbuh pesatnya industri telekomunikasi yang menjadi cermin dari ketat dan tingginya kebutuhan akan informasi yang mudah diakses oleh 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.

Perusahaan harus mampu membaca apa yang diinginkan oleh konsumen sebelum mereka memproduksi produk mereka agar produk yang telah diproduksi tersebut diminati oleh banyak konsumen dan mereka memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) atau Smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis-jenis Smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka.

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.

Maka dari itu dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk Smartphone jenis tertentu sebelumnya. Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan Smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada Smartphone Samsung. IDC selaku lembaga riset pasar Indonesia belum lama ini merilis data penjualan smartphone di Indonesia. Dan seperti yang sudah bisa ditebak, nama Samsung masih bertengger di puncak sebagai smartphone terlaris. Hal ini terbukti berdasarkan Perusahaan riset *International Data Corporation (IDC)* menerbitkan laporan mengenai data penjualan Smartphone sepanjang tahun 2016 yaitu Samsung masih menjadi penguasa tertinggi pasar smartphone di tanah air kita Indonesia dengan *market share* sebesar 32,2 % untuk kuartal ke-tiga tahun 2016 ini. Prosentase itu ternyata naik signifikan, di mana jika dibandingkan dengan trend pada kuartal sebelumnya naik sebesar 26 %.

**Tabel 1**

Rank	Vendor	Market Share 2016Q3
1	Samsung	32.2%
2	OPPO	16.7%
3	ASUS	8.2%
4	Advan	6.0%
5	Smartfren	5.7%
5	Lenovo	5.7%
6	Others	25.5%

Berdasarkan riset dari lembaga pasar IDC, capaian Samsung ini tidak lepas dari efek gencarnya marketing / pemasaran untuk seri Samsung Galaxy J7. Soalnya, seri Samsung ini berada pada kisaran Rp. 3.000.000 yang sesuai dengan psikologis harga yang bisa dijangkau oleh kebanyakan masyarakat

tanah air kita Indonesia. Kemudian rangking / peringkat ke-dua setelah Samsung adalah merek Oppo, kemudian penguasa ke-tiga Asus, setelah itu Advan, dan peringkat berikutnya di tempati oleh Lenovo, 5 vendor ini sebenarnya telah lama menjadi langganan penghuni peringkat atas penjualan smartphone terbesar di Indonesia.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Samsung masih merajai segmen Smartphone saat ini.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Tjiptono (2011:22) memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat (*benefit*) dari produk yang bersangkutan. Jadi perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler & Amstrong (2008) “Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan”.

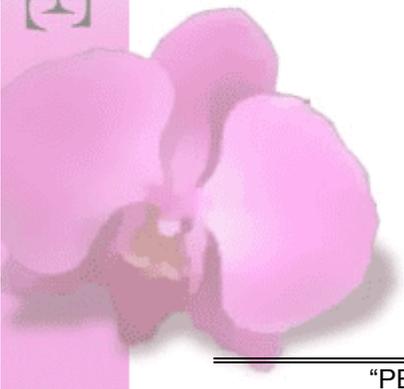
Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Gary Amstrong : 2001). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, kerana dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu



produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Persaingan produk Smartphone semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya, mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen agar bersedia membeli produk-produk mereka. Perlu juga disadari perusahaan yang mampu menguasai pasar adalah perusahaan yang akan mendapatkan keuntungan lebih banyak.

Berdasarkan uraian tersebut untuk mengetahui seberapa efektif faktor kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Samsung maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkuçewara Malang)**



## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
- 2) Apakah kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

## 3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.

### b. Kegunaan Penelitian

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak akademisi untuk pembahasan mengenai manajemen pemasaran, khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini juga menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dan pemasar dalam memahami perilaku konsumen khususnya keputusan pembelian.

