

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di dunia sekarang semakin berkembang pesat, terutama di dunia komunikasi yang sangat dibutuhkan masyarakat dan khususnya generasi milenial. *Smartphone* xiaomi menjadi pilihan yang cocok khususnya bagi mahasiswa karena memiliki harga yang murah atau *low budget* dan memiliki pelayanan *service* cukup baik dan menyebar di seluruh Indonesia. *Smartphone* xiaomi masih memiliki beberapa kekurangan seperti produk cepat panas, tingkat kekuatan jaringan yang masih kurang seperti saat di sebuah ruangan, bangunan seperti mall ataupun *basement* seringkali terjadi sinyal yang hilang, sehingga mengganggu komunikasi pengguna di saat dibutuhkan, tidak adanya *headset* dari paket pembelian tetapi hal itu di tutupi oleh xiaomi dengan memberikan fitur-fitur unik yang tidak dimiliki oleh merek lain, yaitu fitur *IR Blaster* yang berfungsi sebagai remot kontrol ada juga sistem MIUI yang bisa diubah sesuai keinginan kita dan itu tidak membatalkan garansi dari *smartphone* xiaomi dengan pihak distributor atau resmi. Desain *smartphone* xiaomi memiliki desain yang sedikit kurang update, tetapi tetap memiliki desain yang cukup elegan.

Sekarang ini *smartphone* xiaomi menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat menengah ke bawah khususnya mahasiswa karena dengan harga murah mereka dapat memiliki *smartphone* yang dapat menunjang aktivitas sehari-hari baik di rumah ataupun saat kegiatan perkuliahan dibandingkan dengan merek lain yang harganya relative murah. Dilihat dari para mahasiswa yang memiliki pekerjaan ataupun yang tidak bekerja, ataupun masih membiayai hidupnya sendiri *smartphone* xiaomi menjadi idaman mereka. Pada saat ini produsen *smartphone* berlomba-lomba membuat *smartphone* yang dapat menarik minat beli masyarakat,. Xiaomi adalah produsen *smartphone* asal China yang banyak mengembangkan teknologi tidak hanya *smartphone* ada juga TV, *router*, *MiBox*, *MiCloud*, *MiTalk*, *Mi Power Bank*, Laptop, *Smartband* dan *Smartwatch Band*, *AMAZFIT*, Produk *Smart Home Monitor* Tekanan Darah, *Pebemrsih udara*, *Yi Smart Webcam*, *Yi*

Action Camera, Mi smart Scale, Mi Water Purifer, Smart Home Kit, Vaccum, Drone d.l.l.

Sekarang ini hampir semua lapisan masyarakat menggunakan *smartphone*. Sehingga membuat persaingan penjualan *smartphone* sangat ketat. Hal ini terbukti berdasarkan lembaga riset Gartner penjualan *smartphone* meningkat dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018. Untuk melihat data penjualan *smartphone* dengan merek tertentu lebih rinci dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 1Q18 (Thousands of Units)

Vendor	1Q18 Units	1Q18 Market Share (%)	1Q17 Units	1Q17 Market Share (%)
Samsung	78,564.8	20.5	78,776.2	20.8
Apple	54,058.9	14.1	51,992.5	13.7
Huawei	40,426.7	10.5	34,181.2	9.0
Xiaomi	28,498.2	7.4	12,707.3	3.4
OPPO	28,173.1	7.3	30,922.3	8.2
Others	153,782.1	40.1	169,921.1	44.9
Total	383,503.9	100.0	378,500.6	100.0

Sumber *by* Gartner dalam (Khoirunnisa, 2018)

Gambar 1.1 Data penjualan *smartphone* 2017-2018

Tidak hanya *smartphone* xiaomi saja banyak merek lain yang diminat oleh mahasiswa seperti merek Samsung dengan penjualan unit terbanyak, banyak dari penggunanya merasakan kualitas produk dari *smartphone* Samsung baik dari layarnya yang jernih, kualitas bahan material yang kokoh, pelayanan service yang sangat baik, kualitas kamera yang sangat baik dan memiliki jaringan yang kuat. Adapun merek Apple yang memiliki pengguna yang mengincar status social di karenakan *smartphone* Apple ini memiliki harga yang cukup fantastis yang bisanya penggunanya memiliki pendapatan yang tinggi ataupun pejabat, artis banyak menggunakan *smartphone* Apple ini diikuti juga dengan kualitas produk itu sendiri dan pelayanan servis yang sangat baik dan kinerja dari *smartphone* nya di akui sangat baik di bandingkan dengan merek *smartphone* lain, walaupun harganya

sangat tinggi. Dari tabel di atas, penjualan Xiaomi berada di posisi keempat dengan mengalami penurunan penjualan dan posisi pertama ditempati Samsung dan di ikuti kenaikan penjualan dengan merek-merek *smartphone* lainnya seperti Apple dan Oppo. Tidak bisa di pungkiri total penjualan *smartphone* Xiaomi tertinggal jauh dari pesaing terbesarnya yaitu Samsung, di karenakan Samsung memiliki variasi produk dan banyak di jual resmi di Indonesia. Berbeda dengan Samsung, justru Xiaomi masih tertinggal jauh dari pesaing terdekatnya yaitu Huawei di karenakan penjualan xiaomi yang unik yaitu *Flash sale* (jual cepat) yang hanya beberapa unit saja, sehingga menimbulkan kelangkaan barang dan memicu harga di pasaran khusus produk resmi menjadi lebih mahal dari harga sebelumnya. Tetapi ada cara yang membuat harganya lebih murah yaitu distributor membawa produk *smartphone* Xiaomi asal china tersebut ke Indonesia.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pangsa pasar Xiaomi dari Q1 2017 - Q1 2018 mengalami penurunan dimana angka penjualan Xiaomi mengalami peningkatan 4 % menjadi 7,4 %.

Dalam penelitian ini, penulis memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli meliputi citra merek dan kualitas produk. Faktor-faktor minat beli *smartphone* Xiaomi sangat diperhatikan pada penelitian ini agar dapat memunculkan hasil yang mampu membantu para penjual dan pemasar dalam memasarkan *smartphone* Xiaomi.

Menurut Kotler dan Armstrong mengatakan merek adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan, di mana ia mewakili suatu produk atau sarana layanan kepada konsumen. Merek lebih dari sekadar nama dan simbol. Ini juga merupakan elemen hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk di dalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. Kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa. Nilai subyektifitas dari seseorang menyebabkan adanya perbedaan dalam memberikan pengertian mengenai kualitas dalam Kresnamurti, Agung R.P, Putri, (2012:13)

Arts, Frambach & Bijmolt, menyatakan bahwa minat beli merupakan suatu keinginan konsumen untuk memiliki suatu produk. Hal tersebut akan timbul jika konsumen dapat dipengaruhi atas kualitas dan mutu dari suatu produk, informasi tersebut mengenai produk dengan mengetahui kelemahan dan keunggulan produk dibandingkan produk lainnya. Minat beli dapat terjadi dari keinginan yang muncul pada diri konsumen atas produk akibat dampak proses pembelajaran dan pengamatan konsumen terhadap suatu produk yang diamati dalam Foster (2018:123).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* Xiaomi karena meskipun memiliki harga produk di bawah rata-rata pesaing, *smartphone* Xiaomi tetap dapat eksis karena terkenal dengan harga dan performa produk yang cukup baik walaupun masih memiliki kekurangan yaitu *overhead* atau panas yang berlebih. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi manajemen Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam hal ini peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi ?
- b. Apakah terdapa pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi?
- c. Apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan ini penulis membatasi masalahnya tentang variabel citra merek, kualitas produk dan minat beli di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi manajemen angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi ?
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi ?
- c. Untuk mengetahui apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli produk *smartphone* Xiaomi ?

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta menjadi kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
 - 2) Bagi peneliti lebih lanjut, diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam hal ini perusahaan *smartphone* Xiaomi untuk mengetahui minat konsumen sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi mengenai isi dari pembahasan pada tugas akhir. Sistematika penulisan dibagi menjadi beberapa bab dengan maksud yang berbeda. Berikut adalah sistematika penulisan pada tugas akhir.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan yang terdapat pada tugas akhir. Berdasarkan pendahuluan ini pembaca bisa melihat garis besar mengenai permasalahan yang akan di bahas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang berhubungan dengan metode yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai model konseptual pada tugas akhir. Bab ini juga berisikan tentang metode penelitian serta penjelasan dalam pengumpulan.

