

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, dunia usaha sangat berkembang pesat. Hal ini dikarenakan adanya ide kreatif dan inovasi disetiap kebutuhan dan permintaan pasar. Oleh karena itu, maraknya pertumbuhan usaha saat ini, ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam strategi pemasaran. Banyak cara yang harus dilakukan agar perusahaan tidak kalah dalam bersaing dengan pesaing lain, sehingga masih bisa bertahan dan berkembang ditengah persaingan pasar. Termasuk mengetahui kelemahan dari para pesaing dan mengandalkan kelemahan tersebut dengan kelebihan dari perusahaan supaya dapat menarik konsumen lebih banyak.

Industri telepon seluler mengalami perkembangan yang pesat. Telepon seluler dulunya merupakan barang mewah sehingga kelompok tertentu yang bisa menikmatinya, sekarang dengan mudah mendapatkannya. Bahkan perangkat *hardware*-nya juga memanjakan konsumen dengan diproduksi telepon yang dapat digunakan untuk GSM dan CDMA. Bahwa masyarakat secara umum dengan perkembangan tersebut pemakaian jasa pelayanan dari sms, internet, bahkan 4G juga semakin meningkat, memenuhi kebutuhan layanan komunikasi yang semakin berkembang.

Smartphone merupakan ponsel cerdas yang memiliki fungsi canggih dan hampir menyamai dengan kecanggihan dari seperangkat komputer. Pada saat ini perkembangan smartphone di Indonesia sudah sangat pesat. Pasar smartphone di Indonesia saat ini dikuasai oleh smartphone bersistem operasi android serta iOS. Berbagai merek smartphone seperti Nokia, iPhone, Oppo, Vivo, BlackBerry dan lain-lain mencoba bersaing dalam pasar smartphone dan mempromosikannya sehingga konsumen dihadapkan dengan berbagai jenis smartphone dengan harga dan kualitas serta merek yang berbeda

Macam-macam produk smartphone yang terbaik sekarang dihadirkan di Indonesia salah satu yaitu Samsung yang menjadi salah satu merek terkenal di dunia

ingin menyamai perusahaan-perusahaan terkenal di dunia sehingga Samsung selalu mengedepankan teknologi yang terbaru dalam setiap inovasinya. Samsung menciptakan produk unggulan yang digemari dan diinginkan oleh setiap konsumennya. Beberapa produk yang dikeluarkan oleh Samsung selalu mendapat respon baik dari masyarakat. Terutama di Indonesia, Samsung masih menjadi pilihan utama konsumen karena kualitas, harganya yang lebih terjangkau dan konsumen mudah meraih untuk membelinya.

Pada dasarnya mahasiswa membeli smartphone digunakan untuk menunjang komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa membutuhkan alat komunikasi yang efektif dan efisien. Dari sekian banyak merek smartphone yang beredar, Samsung merupakan smartphone yang mempunyai kualitas dan harga yang terjangkau dibandingkan dengan harga merek lainnya. Samsung senantiasa mampu menerapkan inovasi dan terkini pada produk-produk mereka dengan teknologi yang terkini. Mengedepankan system operasi Android, fitur yang berkualitas, model simpel dan minimalis buat penggunaanya, *user experience* yang sangat mudah untuk digunakan, lebih nyaman dimata.

Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada smartphone Samsung. Hal ini terbukti berdasarkan Lembaga riset Gartner penjualan smartphone yang mengalami peningkatan dari Kuartal 1 2016 sampai dengan kuartal 1 2017, salah satunya smartphone Samsung. Untuk melihat data penjualan smartphone dengan merek tertentu dengan lebih rinci dapat kita lihat pada tabel yang ada dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan Smartphone Samsung di Indonesia

Merek	1Q2017	1Q2016
	Market Share	Market Share
Samsung	20,7%	23,3%
Apple	13,7%	14,8%
Huawei	9,0%	8,3%
Oppo	8,1%	4,6%
Vivo	6,8%	4,0%
Others	41,7%	45,0%
Total	100,0%	100,0%

Sumber: *Tekno.kompas.com*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan smathphone Samsung di tahun 2017 sebesar 20,7% yang sebelumnya pada tahun 2016 mengalami peningkatan penjualan sebesar 23,3%.

Semakin banyak merek dan spesifikasi yang ditawarkan oleh suatu produk, harga yang ditawarkan pun beragam. Mulai dari harga yang terjangkau, yang sesuai dengan kualitas. Kualitas yaitu karakteristik mutu tingkat baik buruknya atau taraf derajat sesuatu. Kualitas hal yang perlu mendapat perhatian utama suatu perusahaan mengingat kualitas dari suatu produk berkaitan dengan masalah keputusan pembelian yang merupakan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Kualitas produk yang bagus dan dipercaya senangtiasa akan tertanam dibenak konsumen maka dari itu smartphone Samsung memberikan kualitas yang mumpuni untuk beberapa tipe smartphone Samsung diberi desai menarik, modern, dan futuristic dengan pilihan warna yang menarik. Produk smartphone Samsung terbukti kuat dan tahan lama tidak mudah rusak adanya jaminan garansi membuat konsumen merasa aman dalam menggunakan produk Samsung.

Keputusan pembelian memiliki arti yang penting bagi produk Samsung, karena pihak dengan memahami keputusan pembeli konsumen, pihak manajemen Samsung dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada. Keputusan pembeli merupakan tidakan dari setiap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa yang memuaskan dirinya dan kesediaan untuk menanggung risiko yang kemungkinan terjadi. Perusahaan tentu mengharapkan keputusan pembelian tinggi, oleh karena itu setiap perusahaan bersaing untuk mencari factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.2
Data Harga Smartphone di Indonesia

Merek	Harga
Samsung	Rp. 3.539.000,-
Apple	Rp. 9.799.000,-
Huawei	Rp. 2.499.000,-
Oppo	Rp. 3.799.000,-
Vivo	Rp. 2.999.000,-

Sumber: *www.erafone.com*

Dari tabel harga diatas maka dengan banyaknya merek smartphone yang ditawarkan menyebabkan persaingan yang sangat ketat dalam menarik minat beli konsumen. Diketahui juga bahwa harga jual smartphone Samsung sangat terjangkau dengan memberikan produk kualitas terbaik.

Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan keputusan pembelian konsumen. Menurut Monroe dalam Sari (2012) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tertentu atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga merupakan variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk.

Tabel 1.3
Data Pengguna Smartphone di Ubhara

Merek	Persentase
Samsung	36%
Apple	22%
Huawei	9%
Oppo	18%
Vivo	15%
Total	100%

Sumber: Data Primer (2018)

Table 1.3 diatas mengetahui seberapa banyak penggunaan smartphone di Fakultas Ekonomi Bhayangkara Jakarta Raya. Terlihat bahwa mahasiswa/i lebih banyak menggunakan smartphone Samsung sebanyak 36% dibandingkan dengan pengguna smartphone merek lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek dan lokasi yang dijadikan penelitian adalah mahasiswa atau mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang menggunakan smartphone merek Samsung dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DI UNIVESITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga mempunyai berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dari smartphone Samsung terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga dari smartphone Samsung terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam rangka mengelola promosi dan harga, sehingga meraih keunggulan dalam bersaing.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembang studi mengenai pemasaran.

3. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perlu adanya batasan masalah serta ruang lingkup agar dalam melakukan penelitian hanya berfokus pada kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang promosi, harga, dan keputusan pembelian, serta teori-teori lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi bahasan hasil penelitian, ringkasan hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi variabel penelitian dan definisinya, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data dan pembahasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian.