

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era Globalisasi perkembangan teknologi tersebut semakin memudahkan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas sehingga mereka dapat menggunakan waktu dengan efektif dan efisien. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang cukup pesat terjadi pada perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi mendorong perubahan gaya hidup masyarakat menjadi lebih modern. Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat.

Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap alat komunikasi yaitu *smartphone* membuat banyak perusahaan manufaktur elektronik berlomba-lomba memproduksi gadget yang bisa memenuhi permintaan pasar yang ada di Indonesia. Dengan menampilkan iklan di berbagai media, produsen berusaha meningkatkan citra merek pada produk mereka agar konsumen puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan *smartphone*.

Penggunaan *smartphone* di masyarakat saat ini sangat luas dimana hampir di setiap tempat, pengguna alat komunikasi seperti *smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan karena *smartphone* dapat mendukung komunikasi antar masyarakat, seperti yang diketahui dimana komunikasi selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Smartphone tidak hanya digunakan untuk komunikasi seperti via telepon atau SMS, namun juga dapat digunakan sebagai media untuk bersosialisasi melalui internet dan berbagai fitur yang terdapat di dalam *smartphone*. Mengingat semakin ketatnya persaingan, para produsen *smartphone* menawarkan berbagai inovasi fitur dalam produknya seperti sistem keamanan fingerprint, jaringan 4G LTE, RAM yang besar berfungsi untuk menyimpan data dan lain-lain.

Saat ini perkembangan teknologi *smartphone* sangat cepat, berbagai macam *smartphone* sekarang dengan mudahnya didapatkan dengan beragam type serta beragam jenis merek. Didalam alat komunikasi ini banyak sekali aplikasi-aplikasi

yang menunjang dan membantu kebutuhan sehari-hari seperti dalam proses perbelanjaan, mendapatkan info mengenai lokasi atau tempat yang bisa kita dapatkan di dalam *smartphone*. Peningkatan pengguna *smartphone* dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 1. Pengguna Aktif *Smartphone* di Indonesia

Saat ini pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 103 juta pada tahun 2018 dan di prediksi pada tahun 2019 akan melampaui angka 103 juta pengguna *smartphone* sehingga menjadikannya negara terbesar keempat pengguna *smartphone* di dunia. Indonesia sebagai negara yang memiliki populasi penduduk yang cukup tinggi dan dalam proses perkembangan yang cepat, terutama dalam bidang teknologi dan informasi. Hal ini meningkatkan pertumbuhan e-commerce yang sebagian besar diakses melalui gadget. Perusahaan *smartphone* yang saat ini memiliki pembeli atau pengguna terbesar di Indonesia diantaranya adalah : Samsung, Iphone, Vivo, Oppo, Nokia, Asus, Lenovo dan Xiaomi.

Sekarang ini banyak perusahaan yang menyediakan *smartphone* dengan berbagai merek, fitur, desain, dan kualitas yang bervariasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Semakin banyak perusahaan yang menawarkan variasi *smartphone* kepada konsumen, akan membuat konsumen

mempunyai banyak pilihan dan akan lebih selektif dalam memilih *smartphone* yang akan dibeli, supaya produk yang dibeli sesuai dengan keinginannya.

PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) adalah perusahaan global yang bergerak dalam bidang bisnis yang beragam mulai dari elektronik, konstruksi, keuangan dan lainnya. Dalam penjualan bersih sebesar 303 triliun won korea atau setara dengan 3.266 triliun rupiah, samsung telah bekerja untuk membuat dunia yang lebih baik melalui produk dan layanan yang mereka tawarkan. Samsung juga menjadi ujung tombak upaya untuk membawa inovasi dalam energi yang bersih, sehat, dan bioteknologi (PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN), 2016). Menciptakan produk yang menawarkan kualitas, kinerja, serta fitur yang baik merupakan keinginan yang harus diwujudkan oleh PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) kepada konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen agar dapat digunakan atau dikonsumsi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Maka dari itu, PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) senantiasa terfokus untuk membuat produk yang unggul dan memutakhirkan.

Samsung Galaxy merupakan produk *smartphone* yang diproduksi oleh PT Samsung Electronics dengan seri dari perangkat yang dirancang berbasis android. Android adalah sebuah Operating System (OS) yang dikembangkan oleh Google untuk mobile device secara open-source. Selain itu, keunggulan yang dimiliki oleh samsung galaxy yaitu desain yang unik dan elegan, ringan, serta memiliki fitur yang lengkap merupakan suatu nilai lebih dari samsung terhadap *smartphone* yang ditawarkan oleh merek lain. Beragam macam samsung galaxy series yang selalu menjadi produk terinovasi, berteknologi tinggi seperti galaxy note, galaxy Y seri, galaxy S, galaxy A, galaxy E, galaxy J, galaxy Grand, galaxy Alpha, galaxy Young, galaxy V Plus, galaxy Mega, galaxy Ace, dan lainnya. Banyaknya jenis samsung galaxy series yang dijual menarik minat masyarakat untuk membeli produk *smartphone* merek samsung ini. Berbagai macam kalangan masyarakat yang telah menggunakan *smartphone* samsung galaxy series dimulai dari kalangan mahasiswa, karyawan, pengusaha, bahkan ibu rumah tangga. Hal inilah yang mendorong masyarakat untuk membutuhkan *smartphone* yang praktis dan mudah digunakan.

Smartphone Samsung Android banyak dicari pembeli karena banyak faktor, diantaranya spesifikasi dan fitur setiap handphone samsung selalu update terbaru untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan dan harga handphone samsung android disesuaikan dengan teknologi terbaru yang menyertainya. Desain *Smartphone* Samsung selalu elegan dan terlihat mewah bila dilihat secara cermat dilengkapi teknologi terbaru baik sistem operasi dan juga spesifikasi maupun fitur-fitur yang lengkap diberikan mengikuti perkembangan teknologi gadget. Samsung memang selalu up to date di bidang teknologi modern yang pastinya setiap pengguna *smartphone* dan teknologi elektronik buatan samsung lainnya akan merasa sangat puas.

Alasan kenapa orang cenderung menggunakan *smartphone* android dan apa yang mempengaruhinya. Diantaranya adalah karena Android memiliki banyak Aplikasi Aplikasi Aplikasi Aplikasi, ada lebih dari 40.000 aplikasi yang tersedia, baik yang gartis maupun berbayar. Mulai dari games, cuaca, bisnis, pendidikan, hiburan, keuangan, kesehatan, olahraga, lifestyle, transport, dan masih banyak lagi. Semua aplikasi ini dapat anda dapat di market dengan cara mendownload. Android juga membuka platform untuk mengembangkan inovasi komunikasi mobile.

Selain itu juga Harga, pada segi harga yang tidak begitu mahal dengan spesifikasi yang bersaing menjadi alasan mengapa banyak orang memilih *smartphone* Android. *Smartphone* berkualitas Android menjadi pengusung *smartphone* berkualitas, terdapat layar sentuh, koneksi internet cepat, GPS, berbagai aplikasi dan lain-lain. Banyaknya iklan yang ditayangkan oleh *smartphone* di televisi membuat perusahaan bersaing. Perusahaan Samsung Indonesia memerlukan daya tarik untuk sebuah iklan agar dapat menarik perhatian khalayak. Salah satu iklan yang ditonjolkan yaitu dengan kemampuan *smartphone* Samsung yang menggunakan teknologi selfie yang bagus dan teknologi yang canggih.

Smartphone Samsung juga menyediakan fasilitas Sosial networking seperti facebook, twitter, skype, gtalk, dan lainnya. Yang memudahkan penggunaanya dapat saling terhubung ke jejaring social, serta bebas memilih room. Kelebihan Android adalah kita diijinkan melakukan jailbreaking atau memilih dan

menginstal ROM yang anda inginkan. Custom ROM ini dilegalkan oleh Android. Tujuan ROM Customization ini adalah untuk mengoptimalkan kinerja dan performa handheld Multi-Tasking mampu menjalankan aplikasi secara bersamaan seperti mendengarkan musik sambil browsing dan sekaligus menerima notifikasi, membuka facebook dan notifikasi gtalk dan sebagainya. Multimedia dengan didukung ukuran layar yang lega memudahkan penggunaanya, Kita dapat bermain game, menonton video, browsing internet, membuka facebook, twitter dengan layar yang lebar yang dapat diatur zoom in dan zoom out hanya dengan menyentuh layar. Ada banyak aplikasi multimedia yang dapat kita dapat secara gratis seperti video player, real player beta, bTunes dan lainnya. User interface interface interface User interface smartphone Android sangat interaktif, atraktif dan tidak pernah bosan untuk dijelajahi. Hampir tidak ada yang dapat diragukan dari produk Google. Semua pengguna internet tahu Google dan reputasinya. Semua aplikasi dan fitur berbasis Google yang terintegrasi dengan mudah mulai dari email, kontak, Google Talk, Google Maps, Google Docs.

Beberapa merek *smartphone* bersaing dalam memenuhi kebutuhan para konsumen. Pada tabel berikut disajikan data penjualan beberapa merek *smartphone* terkenal di Indonesia tahun 2017-2019

Tabel 1. *Top Brand Award* 2017-2019

Merek	2017	2018	2019
Samsung	46,4%	48,6%	45,8%
Oppo	4,1%	11,2%	16,6%
Xiaomi	-	5,5%	14,3%
Vivo	-	-	4,5%
Lenovo	4,4%	4,5%	3,7%
Nokia	8,8%	4,3%	-

Sumber : www.topbrandaward.com

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Top Brand Award* tahun 2017-2019, Samsung menduduki peringkat pertama dari jumlah 6 *top brand award* pada merek *smartphone*. Pada tahun 2018 Samsung mengalami kenaikan sebesar 2,2% dari tahun 2017. Untuk tahun 2019 Samsung mengalami penurunan sebesar 2,8% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data yang telah diketahui hal ini tidak sejalan dengan peningkatan *top brand award* pada tahun 2018 Samsung mengalami penurunan presentase di tahun 2019. Hal ini menjadi sebuah pertanyaan, karena

pada tahun 2019 Samsung juga meluncurkan produk baru dalam pasar penjualan *smartphone*. Adanya penurunan daya beli atau minat beli konsumen pada *smartphone* merek Samsung. Terdapat beberapa faktor sangat mempengaruhi penurunan penjualan pada *smartphone* Samsung tersebut. Diantaranya adalah harga, citra merek dan iklan menjadi faktor penting untuk meningkatkan minat beli masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yaitu menurut Hariyanto (2015) citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Prawira & Yasa (2014) menjelaskan bahwa kualitas produk, citra merek, persepsi harga, berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Kaushal & Kumar (2016) menyatakan bahwa *social influence*, *dependency*, *compability* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Setiawaty (2017) bahwa citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Samuel & Lianto (2014) bahwa *eWOM*, *brand image*, *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan menurut Vallery (2015) menyatakan bahwa *product feature* dan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Mufarifah & Triyono (2013) menjelaskan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Berbeda dengan penelitian Vallery (2015) yang menyatakan bahwa *product price* dan *brand name* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Setiawaty (2017) bahwa iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Azizah (2017) yang menyatakan iklan dan persepsi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Tanzila (2015) *brand*, *fuature*, *price* dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Menurut Kaushal & Kumar (2016) menyatakan bahwa *price*, *produk features*, *relative advantage*, *brand name* dan *convenience* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan fenomena bahwa penjualan *smartphone* mengalami penurunan serta adanya *gap research* dari beberapa penelitian terdahulu sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan Terhadap Minat Beli pada Smartphone Samsung.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* Samsung?
- b. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* Samsung?
- c. Apakah iklan berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* Samsung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* Samsung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli *smartphone* Samsung.
- c. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh harga, citra merek dan iklan terhadap minat beli *smartphone* Samsung. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai minat beli di masa yang akan datang.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi perusahaan kedepannya agar

berkembang dan lebih baik dalam dunia bisnis, khususnya perusahaan *smartphone* merek Samsung.

