

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman kini semakin pesat, ditandai dengan adanya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin pesat. Seperti bertambah banyaknya masyarakat yang menggunakan media komunikasi berupa *Handphone*. Namun di era seperti sekarang ini, kepemilikan terhadap *Handphone* saat ini bukan lagi menjadi suatu hal yang dianggap mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu.

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin maju, kini *handphone* sekarang ini sudah menjadi alat komunikasi yang penting dan digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, baik anak-anak, remaja, maupun orang tua. Selain dijadikan alat komunikasi, *Handphone* juga sudah menjadi *trend* gaya hidup disetiap kalangan masyarakat. Pada mulanya *handphone* hanya bisa digunakan untuk berkomunikasi via telepon atau pesan singkat, tetapi saat ini fitur *handphone* pun semakin beragam. Sejak internet mulai *booming* di Indonesia, internet menjadi fitur yang wajib ada dan berubah menjadi fungsi dalam *handphone* itu sendiri selain digunakan untuk telepon dan pengiriman pesan singkat. Maka tak heran jika *handphone* dengan harga paling murah wajib memenuhi tiga syarat yaitu dapat digunakan untuk telepon, sms, dan internet. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks, menuntut semua fitur dan fungsi serba canggih dapat terintegrasi dalam satu gadget, munculah produk *Smartphone* mengusung tema android untuk menjawab kebutuhan tersebut.

*Smartphone* bertema android sebagai *handphone* pintar berfokus pada pengembangan konektivitas internet, multimedia performance, hingga fitur-fitur seperti GPS (*Global Positioning System*) dan kamera. Persaingan yang ketat memberikan keuntungan bagi konsumen untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan individu konsumen tersebut.

Fenomena yang menarik adalah handphone android yang berharga murah, dengan masuknya berbagai jenis handphone murah berbasis android di Indonesia. *Handphone* canggih ini semakin menyentuh para konsumen yang berdaya beli rendah seperti pelajar, mahasiswa, dan golongan ekonomi tingkat menengah. Masyarakat pun sekarang makin mudah untuk mencoba berbagai teknologi baru yang disajikan oleh android karena harganya yang semakin terjangkau dan dengan berbagai jenis yang beragam, terlebih lagi dilengkapi berbagai macam dayatariknya berpotensi menggeser pasar telepon genggam yang selama ini menguasai pangsa pasar di Indonesia dan berkesempatan menjadi produk yang di miliki oleh masyarakat di Indonesia.

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang meminati handphone berbasis android, maka beberapa penelitian terdahulu yang di lakukan di bawah ini mengambil objek penelitian pada produk handphone, sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Saidani dkk (2013) mendapatkan hasil penelitian variabel atribut produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2015, hlm.81) mendapatkan hasil bahwa variabel harga, Citra Merek, dan Atribut Produk terhadap keputusan pembelian secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan. Secara parsial hanya variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Smartphone merk samsung.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Yazia (2014, hlm.166) dapat diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Alfred (2013, hlm.179) dan diketahui variabel harga dan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian terdahulu yang selanjutnya ini dilakukan oleh Maindoka, Lapijan, Tumewu (2014, hlm.985) mendapatkan kesimpulan secara simultan variabel

brand image dan perceived kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan secara parsial brand image memiliki efek yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel persepsi kualitas tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari kelima penelitian terdahulu di atas yang sama-sama mengambil objek penelitian yang sama yaitu handphone, sangat jelas bahwa dengan semakin banyaknya konsumen atau masyarakat yang meminati atau menyukai jenis handphone Smartphone berjenis android, membuat para peneliti tertarik untuk lebih dalam mengetahui faktor atau pengaruh apa saja yang mendasari keputusan pembelian konsumen pada handphone Smartphone berjenis android. Di bawah ini dapat kita lihat tabel penjualan handphone periode tahun 2014 – 2015 :

Tabel 1 Penjualan Handphone di tahun 2014 - 2015

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 2Q15 (Thousands of Units)				
Operating System	2015	2015 Market	2014	2014 Market
	Units	(%)	Units	(%)
Android	271,010	82.2	243,484	83.8
iOS	48,086	14.6	35,345	12.2
Windows	8,198	2.5	8,095	2.8
BlackBerry	1,153	0.3	2,044	0.7
Others	1,229.0	0.4	1,416.8	0.5
<b>Total</b>	<b>329,676.4</b>	<b>100,0</b>	<b>290,384.4</b>	<b>100,0</b>

Source: Gartner (August 2015)

Sumber : [https://www.google.com/search?q=tabel+gsmarena\\_001](https://www.google.com/search?q=tabel+gsmarena_001)

Dari tabel penjualan handphone tahun 2014-2015 diatas dapat kita lihat dari beberapa jenis handphone yang ada, dimana diantaranya adalah handphone berjenis android yang saat ini banyak diminati di kalangan masyarakat, dan dapat kita lihat dimana handphone berjenis android ini menduduki peringkat pertama dengan penjualan paling tinggi di tahun 2015.

Di Indonesia terdapat beberapa merek handphone berbasis android, yang telah banyak di kenal masyarakat. Beberapa merek handphone berbasis android diantaranya dengan mudah dapat kita jumpai di toko-toko penjualan handphone. Di bawah ini dapat kita lihat tabel penjualan dari beberapa merek handphone berbasis android periode tahun 2015 :

Tabel 2 Penjualan Handphone Android di Indonesia di Tahun 2015



Sumber: <https://www.google.com/search?q=tabel+penjualan+Smartphone+di+indonesia+tahun+2015>.

Dari tabel 2 diatas penjualan Smartphone berjenis android periode tahun 2015 diatas, dapat kita lihat merek handphone Samsung menduduki posisi penjualan teratas, kemudian di susul oleh handphone merek Evercross di peringkat ke dua, lalu Advance di peringkat ketiga, Smartfren di peringkat ke empat, ada merek yang terbilang baru di pasaran yaitu Samsung. Kita lihat bahwa posisi *handphone* merek Samsung mampu bersaing dengan merek lainnya dan merek-merek baru lainnya dengan menduduki peringkat ke satu prestasi yang terbilang cukup baik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan data penjualan maka penulis ingin meneliti serta mengetahui lebih dalam lagi apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan objek penelitian pada produk Android Samsung. Sehingga penulis mengambil judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy A5 Warga Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan**”. dengan alasan penelitian ini sebagai replikasi dengan perbedaan subjek penelitian. Kondisi demografis dan geografis yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

## I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.
- c. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.

## I.3 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.
- b. Untuk membuktikan terdapat pengaruh Harga Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.
- c. Untuk Membuktikan terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung *Galaxy A5*.

## I.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan strategi dan kebijakan pemasaran bagi perusahaan, serta mengetahui variabel-variabel yang dapat memberikan pengaruhnya terhadap konsumen melalui ilmu-ilmu yang dipelajari secara teori maupun praktik.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan sekaligus evaluasi bagi berbagai pihak, khususnya perusahaan yang terkait dalam

menentukan strategi bisnis dan pemasaran kedepannya agar berkembang dan lebih baik dalam dunia bisnis.

