

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi dan teknologi, maka *handphone* memegang peranan penting untuk menunjang kebutuhan masyarakat akan informasi dan teknologi. Hal tersebut berpengaruh juga terhadap persaingan bisnis yang terjadi antar produsen yang kini menjadi semakin ketat.

Dunia usaha dewasa ini mengalami kemajuan dan peningkatan yang pesat sehingga mengakibatkan peran pemasaran sangat penting dalam menunjang kemajuan usaha. Salah satu bidang usaha yang sedang mengalami kemajuan yang sangat pesat adalah bidang teknologi. Perkembangan bidang teknologi di negeri ini berubah dengan cepat hampir sama seperti di negara lain, hal ini membuat persaingan bisnis di bidang teknologi tersebut menjadi lebih dinamis terhadap permintaan pasar yang ada.

Ketatnya persaingan tersebut juga dapat berdampak terhadap produk yang diciptakan dan ditawarkan kepada masyarakat sebagai konsumen. Perusahaan selaku produsen utama harus dapat mengembangkan kreativitas serta melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang dijualnya agar semakin meningkatkan kualitas yang nantinya juga akan berdampak terhadap peningkatan permintaan konsumen untuk menggunakan produk perusahaan tersebut.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini juga berpengaruh terhadap perangkat *handphone* yang semakin canggih dan bermacam-macam merek serta keunggulannya. Perangkat komunikasi selular atau *handphone* saat ini telah memasuki era *smartphone*. Dalam pengertian singkat, *smartphone* adalah telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak (*software*) sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Dengan kata lain, *smartphone* merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Salah satu ciri utama dari *smartphone* adalah sistem operasi yang dipakai. Saat ini ada beberapa sistem operasi yang dipakai, seperti *Symbian OS*, *Android*, *iPhone OS* (iOS), *RIM Blackberry*, *Windows Mobile*, dan *Palm WebOS*. Perkembangan tersebut mengacu pada pola konsumsi masyarakat yang saat ini selalu menginginkan kemudahan untuk berkomunikasi agar dapat mendukung kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun kegiatan pribadi.

Di Indonesia, pemasaran *smartphone* menjadi salah satu sektor pendukung perekonomian nasional yang telah menghasilkan berbagai bentuk produk serta jasa yang tersedia. Banyak produsen dari luar negeri yang mendunia memasarkan dan juga tak ragu untuk mendirikan pabrik di Indonesia karena melihat daya beli masyarakatnya yang setiap tahun selalu meningkat, terbukti dengan larisnya penjualan *smartphone* di pasaran saat ini.

Perkembangan *smartphone* saat ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi saja, namun juga bertambah dengan berbagai fitur yang ada, seperti fitur fotografi, *games*, *music player*, *Global Positioning System (GPS)*, dan masih banyak lagi. Hal tersebut terjadi karena konsumen sudah semakin cerdas untuk memilih barang sesuai dengan kebutuhannya. Pelaku bisnis sebagai penyedia produk, dituntut untuk memiliki strategi yang bagus untuk menarik minat konsumen. Tidak hanya untuk menarik minat konsumen, namun juga untuk membuat konsumen puas akan barang yang diciptakan oleh pelaku bisnis.

*Smartphone* saat ini pemasarannya dapat diterima positif oleh masyarakat yang bertindak selaku konsumen, hal tersebut dapat dilihat dari pemerataan penjualan produk *smartphone* yang merata hampir di seluruh penjuru Indonesia, dari kalangan atas hingga kalangan menengah rata-rata memiliki *smartphone*.

Pembelian *smartphone* yang dilakukan oleh masyarakat tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) akan informasi di lingkungan sekitar melainkan juga sebagai peningkat kebanggaan atau gengsi (*prestise*), karena semakin bagus fitur dan kualitas *gadget* yang dimiliki maka akan semakin meningkatkan *prestise* tersebut pada masyarakat.

ASUS merupakan salah satu jenis merek yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Salah satu produk ASUS yang sedang menjadi pusat perhatian khalayak luas yaitu produk *smartphone* mereka. ASUS sendiri akhir-

akhir ini tengah menciptakan *smartphone* yang berbasis *android*, yang pada saat ini bersaing ketat dengan produk-produk *smartphone* lainnya. Dilihat dari perkembangannya, ASUS dari tahun ke tahun telah menciptakan produk *smartphone* dengan berbagai fitur diikuti dengan segala kecanggihannya yang selalu mengikuti *trend* yang ada pada saat ini.

Tabel 1. Data Penjualan *Smartphone*

No	2015 Top 5 Smartphone Companies		2016 Top 5 Smartphone Companies		2017 Top 5 Smartphone Companies	
	Company	Market Share	Company	Market Share	Company	Market Share
1	Samsung	21,5%	Samsung	28,8%	Samsung	31,8%
2	<b>ASUS</b>	<b>8,4%</b>	OPPO	16,6%	OPPO	22,9%
3	Apple	6,1%	<b>ASUS</b>	<b>10,5%</b>	Advan	7,7%
4	OPPO	5,7%	Advan	6,8%	<b>ASUS</b>	<b>6,5%</b>
5	Lava	5,1%	Lenovo	5,6%	Vivo	6,0%
6	Others	54,4%	Others	31,6%	Others	25,1%
	TOTAL	101,2	TOTAL	99,9	TOTAL	100

Source: IDC Asia/Pasific *Quarterly Mobile Phone Tracker*

Dari data yang tertera pada tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa berbagai vendor *smartphone* yang berada dan tersebar di Indonesia ada yang mengalami peningkatan presentase penjualan, penurunan presentase penjualan, serta ada juga yang tidak mengalami perubahan selama setahun. Penjualan vendor Samsung berada di tingkat pertama dalam pemasaran *smartphone* di Indonesia, disusul oleh OPPO, Advan, ASUS, Vivo dan merek-merek *smartphone* lainnya. Kemudian dapat dilihat data di atas bahwa penjualan *smartphone* merek ASUS mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. Pada tahun 2016 *smartphone* merek ASUS mengalami kenaikan sebesar 2,1% yang semula dari tahun 2015 sebesar 8,4% menjadi 10,5% pada tahun 2016 namun dalam urutan peringkat ASUS mengalami penurunan yang semula dari peringkat kedua ditahun 2015 menjadi peringkat ketiga ditahun 2016, kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 4% menjadi 6,5% yang semula 10,5% pada tahun 2016 dan pula mengalami penurunan peringkat yang semula pada tahun 2016 diposisi ketiga menjadi peringkat keempat pada tahun 2017 pada data penjualan.

Dengan keadaan penjualan tersebut mendorong perusahaan agar bisa menarik konsumen, menawarkan produk yang berkualitas, harga yang ekonomis

dan dengan citra merek yang dapat menarik minat masyarakat untuk membeli. Saat ini banyak konsumen yang mencari produk agar bisa memudahkan kegiatannya sehari-hari dalam hal ini adalah dibidang teknologi yaitu *smartphone*.

Perusahaan *smartphone* banyak yang berlomba-lomba untuk memberikan kualitas yang terbaik terhadap produknya dengan tujuan untuk mempertahankan konsumennya atau bahkan untuk menambah konsumen-konsumen baru untuk beralih menggunakan produknya masing-masing. Dalam mempertahankan hal ini tidaklah mudah karena semakin hari perkembangan teknologi semakin meningkat pesat, maka dari itu seperti yang telah diuraikan di atas perusahaan harus dapat mengembangkan kreativitasnya dalam memberikan inovasi terhadap produk lamanya maupun membuat produk baru. Karena konsumen pasti akan secara tidak langsung untuk menuntut perusahaan untuk memberikan yang terbaik bagi mereka karena jika tidak, akan berkemungkinan besar para konsumen itu beralih ke produk lain yang lebih memenuhi keinginan mereka, seperti desain, fitur, kualitas produk yang lebih menarik.

Terdapat beberapa penelitian Menurut Walia & Singla (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian lain halnya menurut Arohman (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Siti Nurhayati (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Nyandi Sukmaningtiyas (2017) dalam hasil penelitiannya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian Menurut Nurhayati (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Berbanding terbalik hasil penelitian menurut Gifani & Syahputra (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil fenomena dan penelitian terdahulu maka penulis ingin meneliti dengan tujuan mereplikasi dan menggali informasi lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan perbedaan subyek penelitian, demografis dan geografis yang berbeda. Maka peneliti ingin menulis

judul skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek ASUS”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
- c. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, adapun tujuannya antara lain :

- a. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa citra mereka berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis, antara lain :

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
  - 2) Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau masukan bagi peneliti-peneliti lain yang ingin mengukur dan mengembangkan

penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen dimasa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan terkait dalam menentukan strategi perusahaan kedepannya agar berkembang dan lebih baik dalam dunia usaha.

