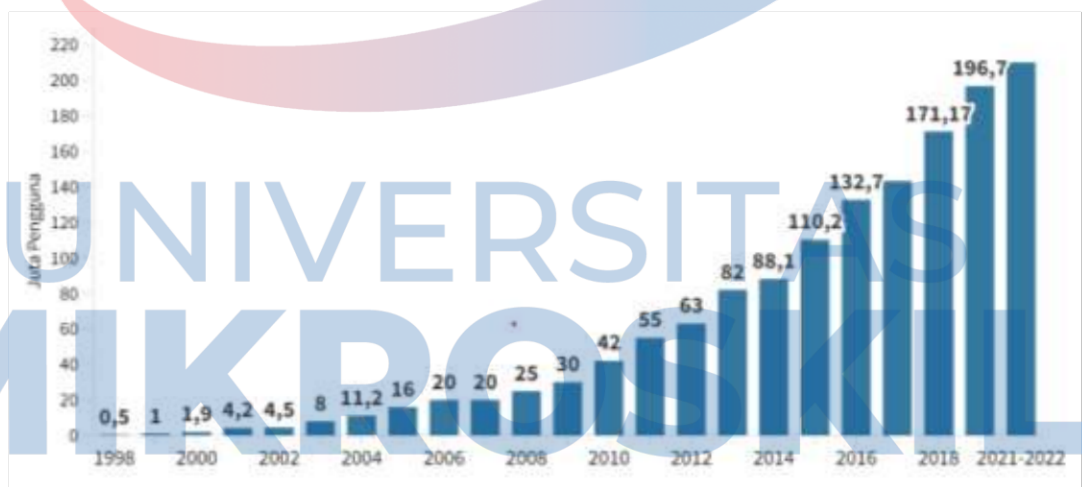


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat memudahkan manusia bukan hanya dalam mendapatkan informasi dan komunikasi tetapi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, manusia memerlukan internet untuk mendapatkan informasi dan komunikasi dengan mudah. Perkembangan teknologi semakin maju dari waktu ke waktu, salah satunya yaitu telepon seluler yang semakin berkembang yang kemudian menghadirkan *smartphone*. Semakin berkembangnya teknologi menyebabkan manusia tidak dapat lepas dari internet terutama *smartphone* dalam memenuhi kebutuhannya. Pada saat ini permintaan masyarakat terhadap *smartphone* semakin meningkat, hal ini merupakan peluang bagi produsen *smartphone* untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan *handphone* yang dihasilkannya (Pratama & Realize, 2020)



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Dari gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 170 juta pengguna dan mengalami peningkatan pada tahun 2021 yaitu menjadi sekitar 196 juta pengguna dan tahun 2022 meningkat menjadi sekitar 200 juta pengguna. Fenomena meningkatnya pengguna internet menyebabkan semakin meningkatnya potensi *smartphone* dalam berinovasi. Semakin meningkatnya

pengguna internet akan berdampak pada semakin meningkatnya jumlah produsen *smartphone* di Indonesia. Dengan didukungnya perkembangan internet, perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan *smartphone* dengan inovasi baru dan tercanggih untuk menarik minat konsumen. Salah satunya yaitu Samsung yang merupakan perusahaan penghasil *smartphone* terpopuler di Asia yang berasal dari Korea Selatan. Samsung terus menghadirkan berbagai tipe *smartphone* dengan model terbaru dan fitur yang canggih dengan menawarkan harga yang beragam.

Company	1Q22 Shipments	1Q22 Market Share (%)	1Q21 Shipments	1Q21 Market Share (%)	YoY Growth (%)
1. Samsung	2.1	23.3	2.0	18.7	2.9
2. OPPO	1.8	20.2	2.5	22.8	-26.8
3. vivo	1.5	17.1	1.7	16.0	-11.8
4. Xiaomi	1.3	14.6	2.2	20.1	-39.9
5. realme	1.1	12.3	1.3	11.7	-12.8
Others	1.1	12.5	1.1	10.6	-2.8
Total	8.9	100.0	10.8	100.0	-17.3

Gambar 1. 2 Market Share Smartphone Indonesia Kuartal I Tahun 2021-2022

Sumber : International Data Corporation (IDC)

Dari gambar 1.2 diatas dapat dilihat bahwa Samsung menempati peringkat pertama dan berhasil menguasai pangsa pasar *smartphone* Indonesia yaitu sebesar 18,7% pada kuartal I tahun 2021 dan 23,3% pada kuartal I tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa Samsung mengalami peningkatan sebesar 2,9% namun angka tersebut dapat dikatakan Samsung mengalami pertumbuhan yang cukup kecil. Kemudian, pada posisi kedua terdapat merk Oppo dan disusul oleh Vivo pada peringkat ketiga. Merek *smartphone* lain mengalami penurunan pangsa pasar di Indonesia berbeda dengan Samsung yang mengalami pertumbuhan. Pengiriman *smartphone* di Indonesia yang mengalami penurunan berdampak pada penurunan pangsa pasar *smartphone* di Indonesia. Banyaknya perusahaan-perusahaan *smartphone* yang bermunculan menyebabkan pilihan konsumen semakin beragam sehingga menyebabkan persaingan yang kompetitif. Maka konsumen menjadi sangat cermat dan berhati-hati dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Sahrain et al., 2022).

Keberhasilan Samsung sebagai salah satu pemimpin pasar *smartphone* tidak lepas dari citra merek yang dibangun oleh Samsung. Samsung sering menampilkan iklan di televisi, maupun di media sosial dengan mempromosikan produk unggulannya dengan menjadikan artis-artis terkenal sebagai *brand ambassador* mereka. Hal tersebut diyakini dapat mendongkrak penjualan perusahaan Samsung. Samsung juga sering mengadakan *event-event* agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen serta dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain itu, Samsung juga dikenal dengan kualitas produknya yang baik karena Samsung selalu memperhatikan kualitas dari produk yang mereka hasilkan. Samsung selalu menjaga, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas produk mereka serta menciptakan fitur-fitur yang semakin canggih. Samsung selalu menciptakan kualitas produk yang baik dengan harga yang berbeda-beda sesuai dengan spesifikasi produknya. Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, Samsung menetapkan harga sesuai dengan pasar yang dituju agar penjualan dan pangsa pasar meningkat. Dengan hal ini, Samsung dapat menguasai pangsa pasar *smartphone* dengan harga *smartphone* yang beragam dan disesuaikan dengan pasar yang dituju.

Keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk adalah perilaku konsumen akan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam menggunakan suatu produk dengan salah satunya adalah dengan melakukan pembelian (Lumbantobing et al., 2020). Konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor yang mendasari keputusan pembelian seperti kualitas produk, citra merk, dan harga dari produk yang akan dibelinya nanti.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan suatu produk. Perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan agar perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan (Sakurat et al., 2020). Kualitas suatu produk dikatakan baik apabila konsumen merasa puas dan sesuai dengan harapan ketika menggunakan produk tersebut. Adapun hasil prasarvei yang dilakukan pada masyarakat kota Medan mengenai kualitas produk disajikan pada gambar 1.3 sebagai berikut :



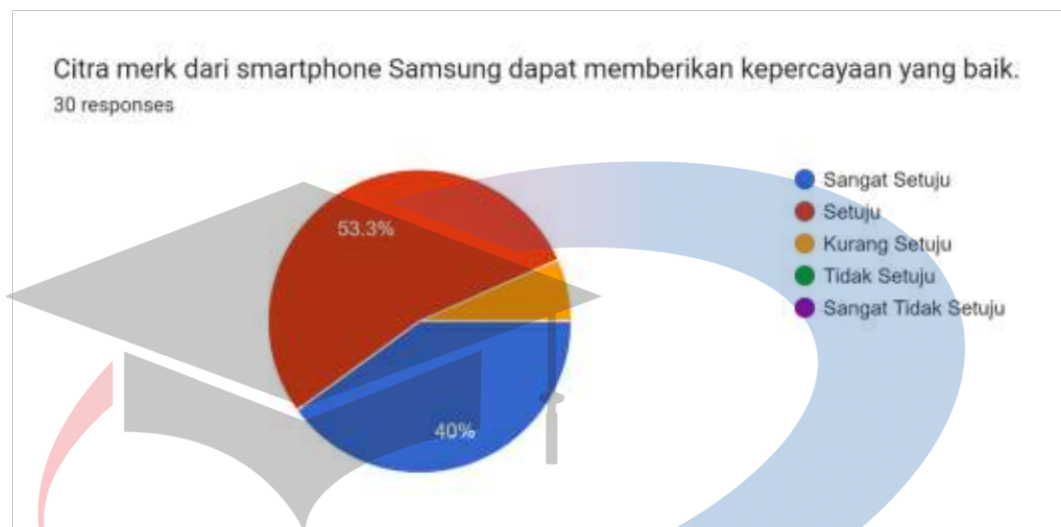
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Kualitas Produk *Smartphone* Samsung

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terhadap 30 masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan yang pernah membeli *smartphone* Samsung dengan pernyataan mengenai “*Smartphone* Samsung mempunyai kualitas produk yang baik dari segi fitur” sebanyak 12 orang mengatakan sangat setuju, sebanyak 16 orang mengatakan sangat setuju, dan sebanyak 2 orang mengatakan kurang setuju.

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa *smartphone* Samsung memiliki kualitas produk yang cukup baik dan memuaskan dari segi fitur. Samsung selalu meningkatkan dan menciptakan kualitas serta fitur-fitur terbaru yang semakin canggih untuk konsumennya. Namun, Samsung harus tetap menjaga dan memperhatikan kualitas produknya karena ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen dapat berpindah ke merek *smartphone* lain dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini dapat menyebabkan penjualan Samsung akan mengalami penurunan dan pendapatan akan menurun. Berdasarkan penelitian terdahulu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Lumbantobing et al., 2020). Penelitian lain menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial (Supu et al., 2021).

Citra merek merupakan suatu persepsi konsumen yang menggambarkan reputasi dari sebuah perusahaan. Citra merek yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya jika citra merek perusahaan buruk maka dapat menurunkan keputusan pembelian konsumen. Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya yaitu

menciptakan suatu keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen (Zamora, 2020). Adapun hasil prasurvei yang dilakukan pada masyarakat kota Medan mengenai citra merek disajikan pada gambar 1.4 sebagai berikut :



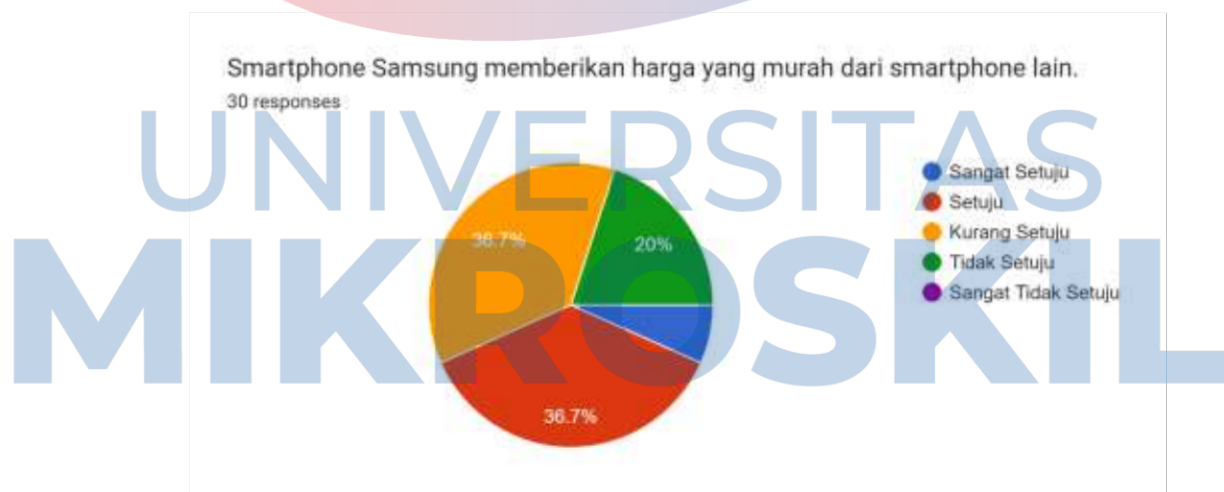
Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei Citra Merek *Smartphone* Samsung

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terhadap 30 masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan yang pernah membeli *smartphone* Samsung dengan pernyataan mengenai “Citra merek dari *smartphone* Samsung dapat memberikan kepercayaan yang baik” sebanyak 12 orang mengatakan sangat setuju, 16 orang mengatakan setuju dan 2 orang mengatakan kurang setuju.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek dari *smartphone* Samsung dapat memberikan kepercayaan yang cukup baik. Citra merek Samsung yang baik ini yang menjadikan Samsung dikenal oleh banyak masyarakat dan mudah diingat konsumen sehingga menjadi salah satu alasan keputusan pembelian konsumen. Samsung sering melakukan promosi di media sosial atau *event-event* untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumennya seperti *Galaxy Unpacked Event* yang diadakan oleh Samsung untuk memperkenalkan *smartphone* dengan inovasi baru. Samsung juga memberikan potongan harga atau bonus produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Samsung harus dapat mempertahankan citra mereknya untuk memperoleh kepercayaan konsumen serta dapat bersaing dengan merek *smartphone* lain. Konsumen tidak akan membeli *smartphone* dengan citra merek yang buruk karena tidak merasa aman ketika membeli

produk tersebut sehingga konsumen akan berpindah ke pesaing dengan citra merek yang baik. Berdasarkan penelitian terdahulu citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sahrain et al., 2022). Penelitian lain menyatakan bahwa citra merk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Setiawan, 2020).

Harga merupakan salah satu aspek yang menjadi pertimbangan penting konsumen untuk membuat suatu keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk tertentu (Tarigan & Siregar, 2019). Penetapan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Penetapan harga yang salah dan tidak sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan dapat menurunkan permintaan produk sehingga pendapatan perusahaan akan menurun. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk meningkat dan dapat menguasai pangsa pasar. Adapun hasil prasarvei yang dilakukan pada masyarakat kota Medan mengenai harga disajikan pada gambar 1.5 sebagai berikut :



Gambar 1.5 Hasil Pra Survei Harga Smartphone Samsung

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terhadap 30 masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan yang pernah membeli *smartphone* Samsung dengan pernyataan mengenai “*Smartphone* Samsung memberikan harga yang murah dari *smartphone* lain.” Sebanyak 2 orang mengatakan sangat setuju, 11 orang

mengatakan setuju, 11 orang mengatakan kurang setuju dan 6 orang mengatakan tidak setuju.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa *smartphone* Samsung memberikan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan merek *smartphone* lain. Samsung memiliki berbagai variasi produk dengan harga yang berbeda-beda. Semakin tinggi spesifikasinya maka akan semakin tinggi harga produk tersebut. Namun menurut beberapa responden, harga yang ditetapkan Samsung masih lebih mahal dibandingkan dengan merek lain. Penetapan harga Samsung yang mahal dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dimana konsumen akan mempertimbangkan kembali untuk membeli *smartphone* Samsung. Hal ini dapat menyebabkan konsumen akan beralih ke merek pesaing dengan harga yang lebih murah serta dapat memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan penelitian terdahulu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sahrain et al., 2022). Penelitian lain menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Alie, 2022).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, Penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Masyarakat Kec. Medan Maimun Kota Medan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus pada Masyarakat Kec. Medan Maimun Kota Medan).

1. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
2. Variabel Bebas (X)
 - X1 : Kualitas Produk
 - X2 : Citra Merek
 - X3 : Harga
3. Objek Penelitian : Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan
4. Periode Pengamatan : Agustus 2022 – Juli 2023

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian *smartphone* dan juga memberikan informasi dan masukan terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan pemilihan *smartphone*.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu oleh Muhamad Bagus Muliando, Jojo Widodo, dan Sri Wahyuni pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember)” (Muliando et al., 2021). Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas *brand image* (citra merek) sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas kualitas produk, citra merek, dan harga. Peneliti menambahkan variabel kualitas produk dan harga dikarenakan kualitas produk dan harga memiliki peran penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen yang dapat mempengaruhi penjualan perusahaan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Dimana kualitas produk yang baik dapat menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan menawarkan produk dengan kualitas yang baik, maka perusahaan dapat lebih unggul dari pesaingnya. Harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa (Setiyaningrum et al., 2015). Harga yang ditawarkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas

produk yang ditawarkan kepada konsumen. Harga menjadi aspek yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk dapat menurunkan keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan akan mengalami penurunan penjualan produk.

2. Objek penelitian sebelumnya dilakukan pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember sedangkan objek penelitian saat ini dilakukan pada masyarakat Kecamatan Medan Maimun Kota Medan



UNIVERSITAS MIKROSKIL