

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terus berkembang begitu cepat, membuat dunia bisnis juga terus menerus bersaing, dimana pada umumnya kegiatan bisnis membutuhkan *smartphone* untuk mempermudah aktivitas bisnis sehari-hari. Sehingga permintaan konsumen terhadap produk *smartphone* semakin tinggi dan perusahaan berusaha untuk memiliki keunggulan produk yang kompetitif serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga konsumen dapat memilih dan membeli produk yang ditawarkan. Dengan demikian perusahaan dapat mempertahankan pasar yang ada.

Di wilayah Indonesia, persaingan industri *smartphone* menjadi teratas yang melibatkan beberapa perusahaan *smartphone* lainnya. Salah satunya Popular Store merupakan salah satu counter *smartphone* yang menjual dan mendistribusikan berbagai merek *smartphone* seperti Samsung, Oppo, Vivo, Xiaomi, dan lainnya. Suasana toko Popular Store menjadi faktor yang penting bagi para konsumen atau pengunjung saat berada di dalam toko sampai memutuskan untuk membeli suatu barang yang ada di toko tersebut. Dilihat dari berbagai toko yang menjual *smartphone* di Sibolga, pengunjung sulit memutuskan ingin membeli suatu produk tersebut karena ingin meninjau toko mana lebih bagus dari satu toko ke toko lain. Serta toko Popular Store dilengkapi dengan pengaturan ruangan yang tertata rapi, pendingin udara yang cukup, pelayanan yang baik kepada konsumen, dan kondisi toko yang nyaman dan estetik. Faktor di atas menimbulkan kesan toko yang berkelas dimata konsumen. Hal ini menjadi peluang untuk mempengaruhi konsumen membeli produk Samsung di toko tersebut dibanding toko lain. Dan tidak sedikit pula para konsumen memilih untuk berbelanja di toko distributor resmi dengan alasan keaslian produk yang terjamin.

Dalam masa pandemi saat ini, masing-masing orang sudah harus memiliki sebuah *smartphone* untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari seperti sekolah online, kantoran yang menerapkan WFH (*Work From Home*) dan aktivitas lainnya. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks, menuntut semua fitur

dan fungsi serba canggih dapat terintegrasi dalam satu ponsel, munculah produk *smartphone* untuk menjawab kebutuhan tersebut karena ponsel saja dinilai kurang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Jika dilihat dari pengunjung yang datang ke toko Popular Store rata-rata merupakan orang tua murid yang mempunyai kebutuhan dalam menunjang aktivitas belajar anak yang dilakukan secara daring, maka orang tua murid memilih datang ke toko Popular Store untuk melihat produk *smartphone* yang cocok dengan kebutuhan mereka. Banyak perusahaan *smartphone* sedang berusaha menggeser kepopuleran *smartphone* merek Samsung. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya pilihan produk yang ditawarkan kepada para pecinta ponsel masa kini yang membuat konsumen semakin kebingungan dalam menentukan sebuah pilihan. Terlebih saat ini menurut pengamatan telah banyak ditemukan perilaku berpindah merek, dari merek *smartphone* satu ke merek lain khususnya yang paling terlihat adalah perilaku berpindah merek *smartphone* Samsung. Popular Store sering menawarkan *smartphone* Samsung karena kualitas yang ditawarkan terjamin untuk pemakaian jangka panjang serta software yang selalu update. Seperti halnya dalam penelitian ini, peneliti lebih mementingkan *smartphone* dengan kualitas yang terjamin, ketahanan baterai, dan desain yang elegan. Tentunya dalam hal ini, fokus utama masing-masing konsumen berbeda-beda dalam menentukan pilihannya untuk memenuhi kebutuhannya seperti ada yang membutuhkan *smartphone* dengan harga yang terjangkau, kualitas kamera yang baik, layar yang jernih, memiliki reputasi yang baik di pasaran, dan lainnya. Oleh karena itu, pemasar berlomba-lomba menarik minat konsumen dengan melakukan inovasi baik dari segi fitur, desain, kelengkapan, kemudahan pemakaian, dan lainnya untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suksesnya *smartphone* Samsung disebabkan karena beberapa faktor seperti kualitas produk yang ditawarkan *smartphone* Samsung, desain dari *smartphone* Samsung, dan citra merek *smartphone* Samsung di toko Popular Store.

Keputusan Pembelian Konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya [1]. Keputusan Pembelian adalah sebuah proses dalam pembelian yang nyata, apakah konsumen membeli suatu produk atau tidak. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian

suatu produk, konsumen akan selalu mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan produk yang sudah dikenal masyarakat secara luas [2]. Keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pengunjung Popular Store yang melakukan pembelian *smartphone* Samsung, hal ini karena adanya kualitas yang terjamin oleh merek tersebut yang sesuai dengan selera mereka dan mendapatkan urutan sebagai *smartphone* yang cukup berkkelas dari segi spesifikasinya. Terdapat beberapa faktor-faktor pemasaran yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *smartphone* pada Popular Store, diantaranya kualitas produk, desain produk dan citra merek.

Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik atau ciri dari suatu produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen [3]. Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Kualitas produk merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa dianggap telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau memiliki nilai guna seperti yang diinginkan [4].

Beberapa pengunjung Popular Store juga menyatakan *Smartphone* Samsung memiliki kualitas kinerja yang baik, fitur yang lengkap sesuai dengan harganya, memiliki desain yang menarik, kualitas kamera yang bagus, layar yang jernih. Dan beberapa pengunjung Popular Store mengatakan bahwa *smartphone* Samsung memiliki kelemahan dalam hal ketahanan baterai yang lemah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sudrajat [3] memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian menurut Farisi [5] memperoleh hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, desain produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Dimana menurut Harsanto [6], Desain Produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tidak mudah ditiru oleh kompetitor. Desain produk menjadi

pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk mampu membuat desain yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen. Produk *smartphone* yang dikeluarkan setiap tahunnya selalu memiliki desain yang menarik dan berbeda karena terus berinovasi sehingga hal tersebut dapat dengan mudah menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produk *smartphone* yang ditawarkan. Desain Produk yang dikeluarkan oleh Samsung tidak hanya memiliki tampilan yang menarik, akan tetapi juga terkesan berbeda dari desain produk handphone lainnya. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa desain produk merupakan sebuah tampilan dan kinerja produk yang unggul serta memiliki daya pikat tersendiri yang dapat menarik minat konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam memilih *smartphone* yang mereka gunakan saat ini, beberapa responden menyatakan mereka memilih membeli *smartphone* baik karena model desain yang kekinian, namun beberapa konsumen menyatakan bahwa desain dari casing Samsung mudah tergores dan tidak nyaman digenggam karena ketebalan casing yang cukup tebal.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Daniel [7] memperoleh hasil bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian menurut Soedjono [8] memperoleh hasil bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain faktor kualitas produk dan desain produk, citra merek menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen karena citra merek merupakan karakteristik suatu produk yang memiliki kesan yang baik dapat menarik konsumen dan membuat konsumen memutuskan membeli suatu produk dimana dalam membeli produk, konsumen mempertimbangkan merek yang terpecaya dan terkenal dipasaran. dengan kata lain konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai citra merek yang baik. Begitu pula sebaliknya, jika citra merek negatif, konsumen cenderung mempertimbangkan lebih jauh lagi ketika akan membeli produk [9]. Hal ini didukung oleh penelitian menurut Marvel Werung [10], bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh citra merek dimana citra merek adalah seperangkat asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak maupun ingatan konsumen sebagai keyakinan konsumen terhadap produk yang

ditawarkan oleh perusahaan. Karena citra merek yang positif akan memberikan manfaat bagi produsen itu sendiri dan akan lebih dikenal oleh konsumen. Dengan kata lain, konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai citra dan positif dibenaknya. Begitu pula sebaliknya, jika suatu produk memiliki citra merek yang negatif, otomatis konsumen akan cenderung mempertimbangkan lebih jauh lagi ketika akan membeli produk bahkan tidak memilih produk yang memiliki citra negatif tersebut. Begitu juga dengan *smartphone* Samsung memiliki karakteristik sendiri dimana Samsung merupakan produk berasal dari Korea yang didesain dengan kecanggihan yang memadai dan memiliki berbagai macam model pilihan sehingga menjadi produk andalan masyarakat sampai saat ini. Samsung mencitrakan dirinya sebagai *smartphone* berkualitas sehingga cocok untuk kalangan anak muda. Banyak konsumen yang tertarik membeli produk Samsung karena *Brand Image* yang dibangun oleh Samsung. Tidak sedikit konsumen yang menjadi pelanggan fanatik dari produk Samsung. Samsung selama ini juga mempunyai citra yang cukup baik dari kalangan masyarakat, dengan hal tersebut diharapkan mampu memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan pada toko Popular Store menyatakan bahwa *smartphone* Samsung cukup dikenal dengan citra perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, dan merupakan produsen *smartphone* yang memiliki kualitas yang baik namun memiliki harga yang lebih tinggi dibanding kompetitornya.

Penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian [10]. Sedangkan penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [4].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Popular Store”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah akan dikembangkan serta digali untuk meneliti faktor apa sajakah yang mempengaruhi peningkatan penjualan

*smartphone* Samsung pada Popular Store Kota Sibolga. Melalui pemaparan diatas, rumusan masalah yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga?
2. Apakah pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga?
3. Apakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga?
4. Apakah pengaruh kualitas produk, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga?

### 1.3 Ruang Lingkup

Melihat luasnya ruang lingkup yang dikaji dalam penelitian ini maka ruang lingkup yang dikaji adalah Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga sebagai berikut:

1. Variabel Bebas:

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$  : Desain Produk

$X_3$  : Citra Merek

2. Variabel Terikat:

$Y$  : Keputusan Pembelian

3. Objek Penelitian:

Pengunjung Toko Popular Store Sibolga

4. Periode Pengamatan dalam Penelitian ini dimulai pada Oktober 2021 – Januari 2022

### 1.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Popular Store Sibolga.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Menjadi saran dan masukan bagi Popular Store dalam menetapkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, desain dan citra merek yang baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

2. Manfaat praktis

Menjadi masukan bagi Popular Store dalam menyelesaikan permasalahan-pemmasalahan pemasaran handphone khususnya *smartphone* Samsung yang berkaitan dengan kualitas produk, desain dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

#### 1.5 Originalitas Penelitian

Jurnal yang digunakan sebagai bahan referensi dalam pembuatan skripsi ini ialah “Citra Merek *Smartphone* Samsung Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado”. Untuk perbandingannya saya menambahkan beberapa variabel yaitu:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel citra merek sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, desain produk dan citra merek. Peneliti menambahkan variabel kualitas produk dikarenakan kualitas menjadi alasan utama konsumen untuk memilih produk dengan kualitas yang sesuai kemauan konsumen dalam menentukan keputusan. Kualitas Produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang di produksi [11]. Dan variabel selanjutnya desain produk yang menjadi daya tarik tersendiri untuk memiliki sebuah tampilan yang menarik sesuai selera konsumen sendiri. Desain produk menurut Kotler [12] adalah totalitas fitur

yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

2. Objek penelitian sebelumnya dilakukan di Universitas Sam Ratulangi Manado, sedangkan penelitian tersebut dilakukan di Popular Store Sibolga.



# UNIVERSITAS MIKROSKIL