



BAB I

PENDAHULUAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital ini, kemajuan dan perkembangan teknologi telekomunikasi tumbuh sangat pesat. Dewasa ini, semakin banyak kebutuhan akan komunikasi. Semakin banyak orang memanfaatkan alat teknologi komunikasi berupa *smartphone* sebagai sarana komunikasi. Hal ini tentu menjadi peluang yang besar bagi para pebisnis di bidang teknologi untuk menciptakan alat komunikasi yang canggih dengan berbagai inovasi yang menarik yaitu dengan menciptakan fitur-fitur yang canggih berbasis internet.

Smartphone merupakan alat komunikasi genggam yang memiliki jaringan internet, dimana dapat membantu kita memperoleh berbagai informasi secara singkat dan cepat. *Smartphone* kini menjadi kebutuhan yang utama untuk berkomunikasi. Saat ini, *smartphone* digunakan oleh berbagai kalangan yaitu dari kalangan menengah keatas hingga kalangan menengah kebawah dengan berbagai macam harga yang ditawarkan.

Jumlah pengguna *smartphone* semakin meningkat dengan pesat. Adapun data dari Lembaga Riset Digital Marketing Emarketer memperkirakan bahwa pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah demikian, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia yaitu setelah China, India dan Amerika. (sumber:

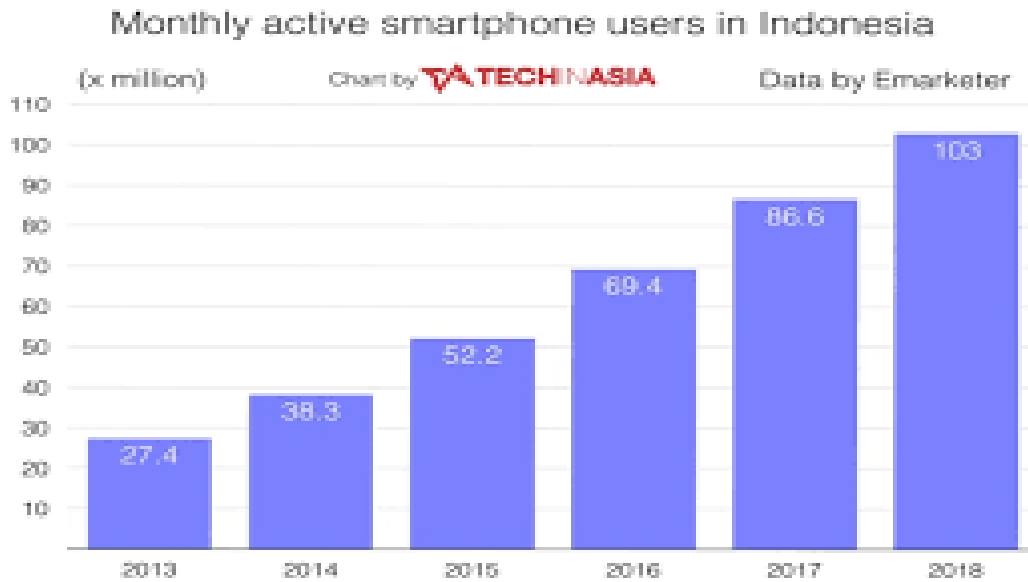
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital->

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



asia/0/sorotan_media). Berikut ini merupakan data pengguna *smartphone* di Indonesia, yaitu:

Gambar 1.1
Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia



Sumber: id.technisia.com (<https://id.technisia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa pengguna *smartphone* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Terlihat pada tahun 2013, pengguna *smartphone* di Indonesia sebanyak 27,4 juta, pada tahun 2014, pengguna *smartphone* sebanyak 38,3 juta, pada tahun 2015, pengguna *smartphone* sebanyak 52,2 juta, pada tahun 2016, pengguna *smartphone* sebanyak 69,4 juta, pada tahun 2017, pengguna *smartphone* sebanyak 86,6 juta dan diperkirakan pada tahun 2018 akan naik hingga mencapai 103 juta. Menurut data Emarketer, pada tahun 2018 Indonesia akan mencapai 100 juta pengguna *smartphone* aktif dan akan menjadi negara dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



populasi terbesar keempat pengguna *smartphone* di dunia setelah China, India dan Amerika Serikat. (Sumber: <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>)

Semakin pesatnya pertumbuhan penjualan *smartphone* di Indonesia, banyak sekali berbagai merek yang ditawarkan dengan harga yang bervariasi, yaitu Samsung, Apple, Vivo, Oppo, Huawei, Xiaomi, Lenovo, LG dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan data penjualan dan *market share smartphone* dengan merek tertentu yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Data Penjualan *Smartphone* 1Q 2016-4Q 2017
(*Shipment Volume (Millions)*)

Vendor	2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Samsung	79,2*	78,6*	76,1*	77,5	79,2*	79,8*	83,3*	74,1
Apple	51,2	41,0	45,5	78,3*	51,6	41,0	46,7	77,3*
Huawei	28,1	38,5	33,7	45,4	34,2	38,5	39,1	41,0
Oppo	19,7	27,8	25,8	14,3	25,6	27,8	30,7	28,1
Xiaomi	14,6	21,2	13,6	31,6	18,1	21,2	27,6	27,4
Others	140,0	133,4	168,7	183,7	138,7	133,4	145,7	151,3
Total	332,9	341,6	363,4	430,7	347,4	341,6	373,1	403,5

Sumber : IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 2017

Keterangan : tanda bintang (*) peringkat tertinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.2

Tabel Data *Market Share Smartphone* 1Q 2016-4Q 2017 (%)

Vendor	2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Samsung	23,8*	22,7*	20,9*	18,0	22,8*	23,3*	22,3*	18,4
Apple	15,4	11,7	12,5	18,2*	14,9	12,0	12,5	19,2*
Huawei	8,4	9,3	9,3	10,5	9,8	11,3	10,5	10,2
OPPO	5,9	6,6	7,1	3,3	7,4	8,1	8,2	7,0
Xiaomi	4,4	3,9	3,7	7,3	5,2	6,2	7,4	6,8
Others	42,1	45,9	46,4	42,7	39,9	39,0	39,1	38,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 2017

Keterangan : tanda bintang (*) peringkat tertinggi.

Dari tabel penjualan dan *market share* diatas, dapat dilihat Samsung menduduki peringkat pertama selama tiga periode berturut-turut pada tahun 2016 dan 2017 yaitu pada kuartal 1, kuartal 2 dan kuartal 3, kemudian diikuti dengan Apple pada posisi kedua. Pada kuartal 4 2016 dan 2017, Apple menduduki posisi pertama dengan penjualan sebesar 78,3 juta unit dan 77,3 juta unit dengan pangsa pasar 18,2% dan 19,2%. Sedangkan, Samsung menduduki posisi kedua dengan penjualan sebesar 77,5 juta unit dan 74,1 juta unit dengan pangsa pasar 18,0% dan 18,4%.

Dapat dilihat, dari berbagai merek *smartphone* diatas. Samsung merupakan salah satu merek *smartphone* terlaris, terutama di Indonesia. Bahkan Samsung disebut sebagai raksasa teknologi *smartphone* dunia. Samsung terus berupaya mengeluarkan berbagai *smartphone*



terbaru dengan fitur yang canggih dan desain yang menarik untuk menarik perhatian konsumen dan merebut pangsa pasar teknologi *smartphone*. Selain itu, *smartphone* Samsung juga menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk.. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai *smartphone* Samsung.

Seiring dengan perkembangan teknologi telekomunikasi yang semakin pesat. Banyak sekali berbagai merek *smartphone* yang beredar. Sehingga dalam keputusan pembelian, konsumen semakin kritis dalam memilih *smartphone* yang diinginkan. Ada berbagai hal yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian, diantaranya yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253), kualitas produk adalah “*The characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*” yang artinya karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk yang ditawarkan dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:313), harga adalah “*The amount of money charged for product and service, or the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*” yang artinya jumlah uang yang diberikan untuk produk dan layanan atau sejumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Saat ini, semakin banyak berbagai merek *smartphone* dengan harga yang terjangkau. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi salah satu pertimbangan keputusan pembelian.



Harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dikemukakan permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk bagi pengguna *smartphone* Samsung?
2. Bagaimana pengaruh harga bagi pengguna *smartphone* Samsung?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
5. Diantara kualitas produk dan harga, manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. Batasan Masalah

Menghadapi masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
3. Diantara kualitas produk dan harga, manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian?



D. Batasan Penelitian

Adanya keterbatasan yang dihadapi penulis dalam aspek waktu, sumber daya dan tenaga maka penulisan skripsi ini hanya akan dibatasi pada:

1. Objek penelitian ini adalah produk *smartphone* Samsung.
2. Subjek penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung.
3. Ruang lingkup penelitian adalah wilayah Jakarta Utara.
4. Penelitian ini dilakukan pada Maret-April 2018.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah “Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Wilayah Jakarta Utara pada Tahun 2018?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui diantara kualitas produk dan harga, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.



G. Manfaat Penelitian

1. **Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan mengenai kualitas produk dan harga sehingga perusahaan dapat mengetahui variabel mana yang paling mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian.

2. **Bagi Pihak Lain**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat, menambah pengetahuan, dan memberikan informasi mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk yaitu melalui kualitas produk dan harga.

3. **Bagi Penelitian Selanjutnya**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sejenis sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.