

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.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen pemasaran adalah suatu pedoman ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin berkembangnya teknologi dalam berbagai bidang membuat setiap orang atau perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Semakin berkembangnya zaman dan kebutuhan akan Pendidikan dan gaya hidup yang semakin meningkat membuat iklim usaha dalam dunia industri mainan edukasi semakin menantang. Olike adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor produksi mainan edukasi salah satu produksinya adalah Tablet pintar anak. Olike juga tidak terlepas dari persaingan yang semakin tajam karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Oleh karena itu dalam melaksanakan aktivitas penjualan perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menciptakan dan meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Produk yang ditawarkan perusahaan Olike tidak hanya dalam bidang mainan, melainkan perangkat pintar. Salah satu pesaing Olike yang menjadi pesaing terberat dalam bidang usaha perangkat pintar, seperti halnya Apple mempunyai nama yang menjadi raja perangkat pintar nomor satu dalam satu dekade kebelakang, Apple yang melejit dengan Ipad, Ipad mini dan Ipad pro yang menjadi magnet konsumen di Indonesia, dan Ipad yang mejadi ikon *Table* di kalangan konsumen berdompet tebal. Apple sendiri sedikit demi sedikit telah menjadi *vendor* terkemuka dengan *tablet* bersistem operasi IOS khusus besutan mereka. Nama Ipad yang dipatenkan untuk *tablet* seri IOS milik Apple menjadi magnet tersendiri untuk kalangan konsumen. Sistem operasi IOS sendiri seolah menjadi *Tablet* dan menggeser beberapa sistem operasi yang berjalan di ponsel semisal Symbian, java, windows mobile, dll. Semakin populernya IOS membuat apple untuk menggunakannya sebagai sistem operasi *Tablet* mereka, seperti halnya LG, Nokia, Sony Experia, Lenovo, OPPO, Asus, dll yang hanya menggunakan system android.

Di Indonesia sendiri iklim persaingan dalam dunia industri *smartphone* semakin menantang. Perkembangan globalisasi telah menggeser kebutuhan konsumen akan alat telekomunikasi semakin meningkat seiring perubahan pada tingkat pendapatan, gaya hidup, dan pergeseran fungsi telepon genggam. Seiring dengan pertumbuhan pasar, Indonesia menjadi negara alternatif tujuan ekspor ponsel pintar. Semakin banyaknya merek yang beredar di pasaran Indonesia semakin banyak pula pilihan konsumen dalam membeli sebuah *smartphone*. Pertumbuhan *market share* ini membuat tingkat persaingan

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

semakin tinggi dengan kompetitor yang menawarkan *value* yang lebih besar kepada konsumen. Fenomena persaingan ini menuntut para pemasar ponsel pintar untuk selalu menginovasi strategi bisnis mereka guna meningkatkan pemasaran dan dengan tujuan utama untuk meyakinkan konsumen dalam membeli produk mereka. Salah satu asset untuk mencapai hal tersebut adalah melalui manajemen harga, dan citra merek.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam proses keputusan pembelian konsumen karena harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) Harga adalah suatu system manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos dan berbagai variabel yang bersangkutan. Harga juga dapat menentukan kesuksesan sebuah perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diterima perusahaan. Harga seringkali digunakan konsumen untuk menentukan pilihan mereka. Harga yang lebih murah bisa merubah keputusan pembelian suatu produk pada konsumen tertentu.

Selain dari harga, peran citra merek juga memiliki arti yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dimana merek adalah sebuah nama, simbol, istilah, tanda, yang menggambarkan sebuah produk berbeda dari produk yang lain. Menurut Ismail solihin dalam bukunya “Kamus Pemasaran” (2012:19) Citra merek merupakan segala sesuatu tentang merek suatu produk yang dipikirkan, dirasakan dan dievaluasi oleh konsumen. Oleh karena itu citra

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

merek merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan, yang mudah dimengerti tetapi sulit dijelaskan secara sistematis karena sifatnya abstrak. Citra merek juga berarti kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu, dan bagaimana konsumen memandang suatu merek. Selanjutnya apabila konsumen beranggapan bahwa merek tertentu secara fisik berbeda dari merek pesaing, citra merek tersebut akan melekat secara terus-menerus sehingga dapat membentuk kesetiaan terhadap merek tertentu yang disebut dengan loyalitas merek.

Meskipun sudah ada berbagai penelitian mengenai keputusan pembelian beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, penelitian-penelitian tersebut tidak meneliti perusahaan yang memproduksi tablet pintar untuk anak-anak seperti Olike edu tab. Olike yang merupakan brand baru dari Imoo memang sering mempromosikan produknya melalui manajemen harga, dan penguatan citra merek dimana konsumen terbesar adalah kalangan anak-anak. Hal ini menunjukkan mengapa penelitian ini perlu dilakukan Bertolak dari uraian latar belakang di atas maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian tablet pintar anak-anak Olike edu tab”.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang saya lakukan dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah Fitur yang ditawarkan pada aplikasi yang ditanamkan pada perangkat pintar tersebut adalah aplikasi yang masih dalam pengembangan?
4. Apakah citra merek produk Olike masih kalah dengan Brand lama seperti Samsung dan Apple ?
5. Bagaimana persaingan bisnis yang sebagian besar telah dikuasai oleh produk-produk lama ?

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka penulis perlu memberikan pembatasan terhadap permasalahan. Penelitian ini hanya dibatasi pada:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

E. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dalam penulisan skripsi ini rumusan masalah yang disusun adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tablet pintar anak-anak Olike edu tab?
2. Bagaimana pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian tablet pintar anak-anak olike edu tab?

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Bagaimana pengaruh secara bersama-sama harga dan citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian tablet pintar anak-anak Olike edu tab?

D Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tablet pintar anak-anak Olike edu tab.
2. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian tablet pintar anak anak Olike edu tab.

E Manfaat Penelitian

1. Bagi investor

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk para investor baru yang ingin melihat perkembangan dan gambaran akan citra merek yang diberikan oleh PT. Global Imoo Telekomunikasi sehingga dapat menjadikan pertimbangan untuk melakukan investasi.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada department marketing dan branding di PT. Global imoo Telekomunikasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

mengenai pentingnya pengaruh harga dan citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi peneliti

Penelitian dapat dijadikan sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu pemasaran dan sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama.