**BAB I**

**PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, indentifikasi masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dilakukannya penelitian.

1. **Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi menuntut setiap orang untuk dapat mengikuti perkembangan zaman.

Ilmu pengetahuan tentang teknologi dan informasi serta komunikasi bertumbuh dengan sangat pesat. Dunia telekomunikasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Inovasi baru dibutuhkan oleh para produsen alat-alat telekomunikasi untuk terus bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam menghadapi perkembangan zaman dan kebutuhan untuk berkomunikasi yang semakin tinggi makan *smartphone* saat ini telah menjadi kebutuhan setiap orang. *Telepon* cerdas (*smartphone)* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi dengan fungsi menyerupai komputer. Dengan kecanggihan teknologi komunikasi saat ini, maka banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memproduksi *smartphone* dengan berbagai keunggulannya masing-masing.

 Meningkatnya kebutuhan akan penggunaan *smartphone* disebabkan karena penggunaan telekomunikasi yang diyakini dapat membantu meringankan pekerjaan seseorang. Persaingan perusahaan untuk mendapatkan calon konsumen tidak lagi hanya sekedar terpaku pada kegunaan produk saja, tetapi sudah dikaitkan dengan ekuitas merek yang mampu memberikan citra khusus bagi para penggunanya.

 Perkembangan yang sangat pesat pada industri *smartphone,* dapat terlihat dari semakin banyaknya *smartphone* yang menawarkan begitu banyaknya fitur dan kemampuan multimedia. Smartphone dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur seperti bisa menangkap siaran radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio (MP3) dan video, kamera digital, game, layanan internet, menerima email, media sosial dan editing dokumen. Terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing dalam bisnis ini di Indonesia antara lain: Samsung, Apple, Nokia, Oppo, Xiaomi, Huawei, Asus, Vivo, Lenovo, Honor, dll. Keadaan seperti ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara para kompetitor pada usaha di bidang telekomunikasi.

 Para perusahaan harus mampu berusaha dan bersaing dengan produsen lainnya agar mampu mempertahankan posisinya di pasar. Perusahaan harus dapat memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen serta menciptakan keunggulan yang tidak dimiliki pesaing nya. Perusahaan juga harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen saat menggunakan produk nya.

 Kotler (2016:46) menyatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

 Samsung merupakan salah satu [perusahaan](https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan) [elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Elektronik) terbesar di dunia. Didirikan oleh [Lee Byung-chull](https://id.wikipedia.org/wiki/Lee_Byung-chull) pada tanggal [1 Maret](https://id.wikipedia.org/wiki/1_Maret) [1938](https://id.wikipedia.org/wiki/1938) di [Daegu](https://id.wikipedia.org/wiki/Daegu), [Korea Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Korea_Selatan), perusahaan ini beroperasi di 58 negara dan memiliki lebih dari 208.000 pekerja. Hingga saat ini, Samsung juga menjadi salah satu merek terbesar di dunia dengan mengeluarkan [ponsel cerdas](https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) yang menjadi market leader di Indonesia.

 Bedasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 1.1 *smartphone* Samsung merupakan *smartphone* dengan penjualan tertinggi dengan *market share* sebesar 23,8% pada tahun 2016 dan 22,8% pada tahun 2017.

**Tabel 1.1**

|  |
| --- |
| **Top 5 Smartphone Companies (penjualan dalam satuan juta)** |
| **Perusahaan** | **Penjualan 2016** | **Pangsa Pasar 2016** | **Perusahaan** | **Penjualan 2017** | **Pangsa Pasar 2017** |
| 1. Samsung | 79,2 | 23,80% | 1. Samsung | 79,2 | 22,80% |
| 2. Apple | 51,2 | 15,40% | 2. Apple | 51,6 | 14,90% |
| 3. Huawei | 28,1 | 8,40% | 3. Huawei | 34,2 | 9,80% |
| 4. Oppo | 19,7 | 5,90% | 4. Oppo | 25,6 | 7,40% |
| 5. Vivo | 14,6 | 4,40% | 5. Vivo | 18,1 | 5,20% |
| ***Smartphone lain*** | 140 | 42,10% | ***Smartphone lain*** | 138,7 | 39,90% |
| **Total Penjualan**  | 332,9 | **Total Penjualan** | 347,4 |

**Lima *Smartphone* Terbaik di Dunia Tahun 2016 – 2017**

*Sumber : https://id.techinasia.com*

Masalah yang dihadapi Samsung adalah semakin banyaknya *smartphone* baru yang masuk kedalam pasar dan menarik minat beli para konsumen yang sebelumnya dikuasai Samsung. Merek *smartphone* yang masuk kedalam pasar tersebut umumnya memiliki target konsumen menengah bawah dan menawarkan produk yang memiliki spesifikasi dan fitur yang mumpuni apabila dibandingkan dengan produk Samsung dengan rentang harga yang sama.

Persaingan yang dihadapi oleh Samsung membuat perusahaan harus mempertahankan kedudukannya di pasar dan mempertahankan keunggulan yang ada di dalam produk yang dimilikinya yaitu kualitas produk dan citra merek yang dimiliki oleh Samsung itu sendiri.

Banyak merek-merek *smartphone* baru yang masuk kedalam pasar dan sedikit mempengaruhi penjualan *smartphone* Samsung, tapi Samsung tetap mampu mempertahankan posisinya dalam pasar. Hal ini dikarenakan produk-produk yang dimiliki Samsung beragam dan ada di semua segmen pasar. Produk yang ditawarkan Samsung memiliki keunggulan dibanding produk lain, salah satunya adalah layar Super Amoled yang merupakan layar yang dapat menghasilkan warna yang sangat tajam dan hemat daya. Produk Samsung juga sangat kuat di produk kelas menengah atas, dimana produk-produk yang ditawarkan Samsung memiliki performa yang sangat baik, teknologi yang sangat canggih, dan memberikan kebanggaan tersendiri bagi para penggunanya karena memiliki citra merekyang baik.

Semakin baik citra merekyang dimiliki sebuah produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena para konsumen berasumsi bahwa suatu produk yang memiliki citra merekyang baik dan terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika ingin membeli produk tersebut. *Smartphone* Samsung membuktikan dengan merek yang terpercaya dapat meningkatkan penjualan. Produk Samsung dikenal karena produk yang dimilikinya merupakan produk yang membawa banyak fitur serta teknologi canggih seperti teknologi IP 68 yang membuat *smartphone* Samsung tahan air dan debu sehingga bisa tetap digunakan di dalam air dengan kedalaman dan waktu yang ditentukan serta teknologi SPen yaitu pen yang dapat digunakan untuk berbagai macam keperluan sehingga lebih memudahkan pekerjan yang sulit untuk dilakukan oleh *smartphone* biasa, kedua teknologi tersebut dapat ditemukan dalam produk Samsung Galaxy Note yang merupakan salah satu unggulan Samsung dalam kelas menengah atas dan merupakan produk dengan kelas tertinggi yang harganya diatas 10 juta rupiah.

Menurut Aaker dan Biel (2014) citra merek adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan tersebut dapat tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk danCitra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung Di Jakarta Utara”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk *smartphone* Samsung?
2. Seberapa baik citra merek *smartphone* Samsung?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung?
4. Apakah citra merek mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung?
5. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang diterangkan diatas, maka peneliti merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung?
2. Apakah citra merek mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung?
3. **Batasan Penelitian**

Penulis menyadari mempunyai banyak keterbatasan, ditinjau dari segi waktu, dana, dan kemampuan sehingga penulis menggunakan hal-hal di bawah ini sebagai batasan-batasan, yaitu :

1. Objek penelitian adalah produk *Smartphone* Samsung
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang telah membeli produk *Smartphone* Samsung.
3. Variabel yang diteliti yaitu Kualitas Produk, Citra Merek dan Minat Beli.
4. Periode penelitian yaitu Maret 2019 hingga Mei 2019
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis jabarkan diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

“Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung?”

1. **Tujuan Penilitian**

Tujuan dari adalanya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung
2. Untuk mengetahui apakah citra merek mempengaruhi minat beli produk *smartphone* Samsung
3. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dengan penelitian :

1. Bagi Industri Ponsel

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen Perusahaan *Smartphone* Samsung dalam mengevaluasi pentingnya kualitas produk dan citra merek untuk meningkatkan minat beli.

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan teori-teori pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, citra merek dan minat beli serta dapat dijadikan acuan bagi sivitas akademika.