



BAB I

PENDAHULUAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi setiap tahun semakin lama semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat atas penggunaan alat komunikasi, hal ini berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis media dan alat komunikasi. Dalam persaingan yang semakin ketat di dunia industri seperti sekarang ini, banyak memunculkan produk baik barang maupun jasa yang ditawarkan dalam berbagai merek. Merek adalah nama, istilah, tanda atau desain atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing (Kotler dan Armstrong, 2018:226). Merek berperan penting untuk membedakan produk dengan suatu kategori produk lainnya. Dengan kata lain, dapat membedakan produk sejenis dari pesaing yang dapat menuntut perusahaan mampu bersikap dan bertindak lebih cepat dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Pilihan merek dan type smartphone dipasaran akan mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian smartphone. Di masa pandemi covid 19 saat ini semua aktivitas dituntut untuk melakukan kegiatan apapun secara online. Oleh sebab itu usaha yang berkembang pesat saat ini adalah dunia teknologi dan alat komunikasi seperti alat komunikasi smartphone. Smartphone (*telepon cerdas*) merupakan salah satu alat komunikasi yang sering digunakan mulai dari kalangan anak – anak, remaja, dewasa hingga pada orang tua. Smartphone tidak hanya untuk

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.



berkomunikasi saja, tetapi dengan seiringnya perkembangan teknologi dapat mengirim data dan aplikasi yang disukai. Alat ini tidak dianggap lagi sebagai barang mewah yang hanya segelintir orang saja dapat mengetahuinya, akan tetapi sudah dianggap sebagai kebutuhan pokok semua orang. Hal ini membuat persaingan penjualan semakin ketat dengan terbuktinya berdasarkan riset IDC 2020 terdapat top 5 brand di Indonesia yaitu Vivo, Oppo, Samsung, Xiomi, dan Realme.

Gambar 1.1

Merek Handphone Terbaik di Indonesia Tahun 2021



Sumber : Merek hp terbaik di indonesia.com

Dapat diketahui dari gambar diatas menunjukkan bahwa smartphone Vivo menjadi urutan merek Smartphone terbaik dan terlaris di Indonesia. Beda hal nya dengan Samsung sebagai merek Smartphone terbaik di dunia pada periode Kuartal 3 di Tahun 2021. Sementara itu, Samsung hanya berhasil menduduki posisi ketiga dari top lima perusahaan samrtphone terbaik di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Vivo memiliki market share sebesar 26,8 %. Pada kuartal kedua 2019, Vivo berada di urutan ketiga dengan merek smartphone terbaik dan terlaris di Indonesia.

Akan tetapi perlu diingat, performanya semakin baik dibanding kuartal sebelumnya. Pada Kuartal 2 2019, Vivo memiliki market share 17%. Setelah itu pada Kuartal 3 2019, market share Vivo naik di atas 20%. (<https://kumparan.com/kumparantech/5-brand-ponsel-terlaris-di-indonesia-hp-murah-diburu-untuk-pjj-1uIkfgLWc9/full>, 21 April 2021)

Mulai kuartal 1 dan kuartal 2 di tahun 2020, pemasaran smartphone Vivo di Indonesia semakin sukses. Merek smartphone ini sudah berhasil menjadi yang terbaik di Indonesia dengan popularitas Vivo yang tidak lepas dari banyaknya macam tipe smartphone yang telah diluncurkan. Semuanya mempunyai kelebihan dari segi kamera. Karena kamera merupakan salah satu fitur yang cukup banyak di gemari oleh konsumen Indonesia.

Seiring perkembangan media komunikasi dan media sosial membuat para konsumen menjadi peka terhadap apa yang mereka inginkan karena konsumen melihat dari konsumen lainnya dan mendapatkan informasi mengenai suatu produk tertentu. Konsumen akan menjadi kritis terhadap apa yang diinginkan perusahaan harus memiliki keunggulan untuk dapat terus bersaing dengan kompetitor yang bergerak dalam memproduksi barang yang sejenis dan menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan tersebut pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada, maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan pembelian didasari atas beberapa hal seperti citra merek, kualitas produk dan harga. Citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Konsumen akan memilih produk yang dikenal baik melalui pengalaman dengan penggunaan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber.

Citra merek saat ini berkembang menjadi bagian dari sumber aset terbesar bagi perusahaan. Dimana kondisi saat ini persaingan produk semakin ketat serta perilaku konsumen yang cenderung ingin mencoba merek – merek baru yang dikeluarkan pesaing untuk mendapatkan kepuasan. Beberapa perusahaan yang menawarkan merek, harga dan kualitas produk smartpone yang bagus dan menarik bagi konsumen untuk memenuhi alat komunikasi. Beberapa perusahaan dengan merek yang sudah dikenal di Indonesia dalam industri penyedia smartphone yaitu Vivo, Iphone, Samsung, Redmi, Oppo, Asus dan lain – lain. Salah satu smartphone yang sudah dikenal di Indonesia yaitu Vivo. Vivo adalah produsen smartphone global dengan fasilitas produksi dan pusat R & D di Chinna (Dongguan, Shenzhen, Nanjing, Beijing, Hangzhou dan Chongqing), India, Indonesia dan Amerika Serikat (San Diego). Vivo menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat menengah ke bawah karena harga yang cukup murah dengan kualitas yang bagus, tak kalah dengan Samsung dan Oppo yang dapat dimiliki oleh semua orang untuk menunjang aktivitas sehari – hari dimasa pandemi covid 19 saat ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Gambar 1.2

Smartphone Vivo Type Y51



Sumber : Kompas.com

Perangkat terbaru Vivo dari keluarga smartphone Y-Series ini mengunggulkan kapasitas RAM dan media penyimpanan yang besar. Ponsel dengan layar 6,58 inci ini memiliki RAM 8 GB dan media penyimpanan sebesar 128 GB yang bisa diperluas hingga 1 TB melalui slot microSD. Kapasitas RAM dan penyimpanan yang besar ini diberikan vivo untuk memenuhi segala kebutuhan pengguna dari kalangan generasi muda dengan baterai kapasitas besar menjadikan Vivo Y51 sebagai perangkat *all for all*. Dengan tagline *All Fun in One*, ponsel ini menyasar segmen pasar anak muda masa kini, yang membutuhkan perangkat mobile yang bisa memenuhi kebutuhan harian pengguna dalam hal hiburan, gaming, fotografi, dan tentu saja komunikasi.

(<https://tekno.kompas.com/read/2020/12/15/11010047/video-kesan-pertama-menjajal-vivo-y51?page=all>, 21 April 2021)

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang digunakan untuk bersaing dalam memperebutkan konsumen. Harga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan. Banyak perusahaan komunikasi berlomba – lomba untuk memproduksi smartphone dengan fitur yang cukup lengkap dan menarik dengan harga yang sangat kompetitif dalam setiap kelasnya. Harga dapat menentukan kualitas dari suatu produk dimana sebagian konsumen beranggapan bahwa produk yang mempunyai harga tinggi maka akan mempunyai kualitas produk yang tinggi.

Kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk melakukan *positioning* produknya dipasar. Setiap perusahaan harus memiliki tingkat kualitas produk yang dihasilkannya sehingga akan membantu dan menunjang usaha atau meningkatkan atau mempertahankan *positioning* produk itu dalam pasar sasaran. Kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. Konsumen senantiasa melakukan pembelian terhadap kinerja suatu produk, yang dapat dilihat dari kemampuan produk dengan menciptakan kualitas produk dalam segala spesifikasinya sehingga dapat menarik konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



B. Identifikasi Masalah

©

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah seperti:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, penulis membatasi masalah – masalah yang akan diteliti, antara lain:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo Y51 ?

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



D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah Smartphone Vivo Y51.
2. Subjek penelitian ini adalah Pengguna Smartphone Vivo Y51.
3. Ruang lingkup penelitian berada di sekitar Bekasi Timur
4. Periode penelitian ini dimulai dari bulan April sampai dengan bulan Agustus 2021.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Y51 di Bekasi Timur?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian Vivo Y51.

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.



2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pembelian Vivo Y51.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Vivo Y51.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

G. Manfaat Penelitian

Berikut ini manfaat dari penelitian terhadap beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumber referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya di bidang ilmu manajemen pemasaran. Serta mampu memberikan wawasan pengetahuan yang berhubungan dengan citra merek, kualitas produk dan harga.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu menggambarkan serta memberikan gambaran informasi dengan jelas pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Vivo Y51. Selain itu sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola dan mempertahankan merek agar menjadi pilihan pelanggan mengingat persaingan merek yang semakin meningkat.

3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini sebagai bahan referensi yang dapat memberikan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hal – hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian smartphone Vivo Y51.

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.