

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membuat semua hal menjadi berbeda dari jaman ke jaman, dan semakin berkembangnya jaman semakin terasa adanya perbedaan dalam gaya hidup. Ini terlihat pada jama sekarang yang semakin canggih dan modern. Salah satunya adaah gaya hidup masyarakat yang telah berubah karena orang menggunakan berbagai macam elektronik, seperti *smartphone*, yang memungkinkan orang melakukan kegiatan.

Smartphone saat ini dianggap sebagai ponsel yang membantu kehidupan sehari-hari. Orang-orang menggunakannya untuk berkomunikasi dengan cepat dan efektif, mereka dapat digunakan sebagai fasilitas bisnis dan usaha, dan mereka dapat menyimpan ratusan hingga ribuan dokumen penting. Dengan demikian, *smartphone* menjadi solusi yang bermanfaat bagi masyarakat untuk meningkatkan kehidupan sehari-hari. Sebagian besar orang menyukai *smartphone* karena keunggulannya, seperti kemampuan untuk terhubung ke internet, yang memungkinkan setiap orang terhubung ke seluruh dunia tanpa batas geografis.

Saat ini banyak perusahaan berlomba-lomba membuat *smartphone* dengan fitur yang cukup lengkap dan menarik dengan harga yang sangat bersaing, mulai dari harga yang murah hinggar harga yang relatif mahal. Oleh karena itu, industri produk komunikasi berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat dan mendorong mereka untuk membeli dan menggunakan produk mereka. Ini juga merupakan cara suatu perusahaan membuat



pelanggannya yang sudah menggunakan produk *smartphone* puas. Semakin banyak merek *smartphone* yang beredar di pasaran, dan Samsung adalah salah satu merek *smartphone* yang juga mengembangkan produk. Samsung Electronics Co., Ltd adalah perusahaan elektronik multinasional dengan kantor pusat di Distrik Yeongtang, Suwon, Korea Selatan. Usaha ini merupakan bagian penting dari chaebol Samsung karena memberikan kontribusi sebesar 70% dari pendapatan grup pada tahun 2012. Samsung SC-1000, ponsel pertama yang dirancang dan dibuat di Korea Selatan, dirilis pertama kali oleh perusahaan Samsung pada tahun 1985. Samsung 17500 Galaxy, dengan sistem operasi Android 1.5 Cupcake, pertama kali dirilis di Korea Selatan pada 29 Juni 2009. Setelah itu, Samsung mengembangkan *smartphone* yang disebut Samsung Galaxy.

Setiap seri ponsel Samsung memiliki spesifikasi dan ukuran yang berbeda. Sebagai ponsel android, Samsung menyediakan berbagai seri yang dapat dipilih oleh pengguna berdasarkan kebutuhan mereka. Kapasitas dan kelengkapan yang ditawarkan dapat berkorelasi positif dengan harga yang ditawarkan. Samsung mampu mempertahankan posisinya di pasar, meskipun ada banyak penggemar di dunia *smartphone* android. Salah satu keunggulan *smartphone* Samsung adalah fitur *Find My Mobile*, yang dapat digunakan oleh pengguna jika *smartphone* mereka hilang atau dicuri oleh pencuri. Selain *smartphone*, Samsung juga terkenal dengan produk elektronik lainnya, seperti QLED TV, UHD TV, The Frame TV, Soundbar, Sistem Hiburan Rumah, kulkas, mesin cuci, microwave, dan pengering. Dengan menyediakan fitur terbaru untuk *smartphone* Samsung, konsumen menjadi lebih cerdas dan lebih berhati-hati saat memilih produk *smartphone* yang diharapkan. Ini karena merek biasanya memiliki pengaruh yang sangat sedikit.

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.



Samsung memiliki target pasar yang beragam, mencakup orang tua, pelajar, dan karyawan. Oleh karena itu, Samsung menyediakan berbagai pilihan produk. Harga *smartphone* Samsung ini bervariasi dari yang murah hingga yang mahal, sehingga pelanggan dapat menyesuaikan anggaran mereka untuk membeli produk tersebut. Dengan kualitas produk yang baik, tingkat kepuasan pelanggan meningkat bahkan dengan harga yang rendah, sehingga konsumen tidak akan kecewa dengan menggunakan produk Samsung.

Setiap perusahaan pasti memiliki banyak produk pesaing yang mirip dengan ponsel Samsung, seperti Apple, Oppo, Xiaomi, Huawei, dan Vivo, serta perusahaan lain yang menawarkan produk serupa. Oleh karena itu, dorongan perusahaan sangat penting karena merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone*. Sebagai perusahaan yang memiliki pesaing bisnis yang besar, perusahaan harus merancang strategi yang tepat untuk memenangkan pembelian. Keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk sangat penting karena setelah pembelian, evaluasi setelah pembelian akan terjadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

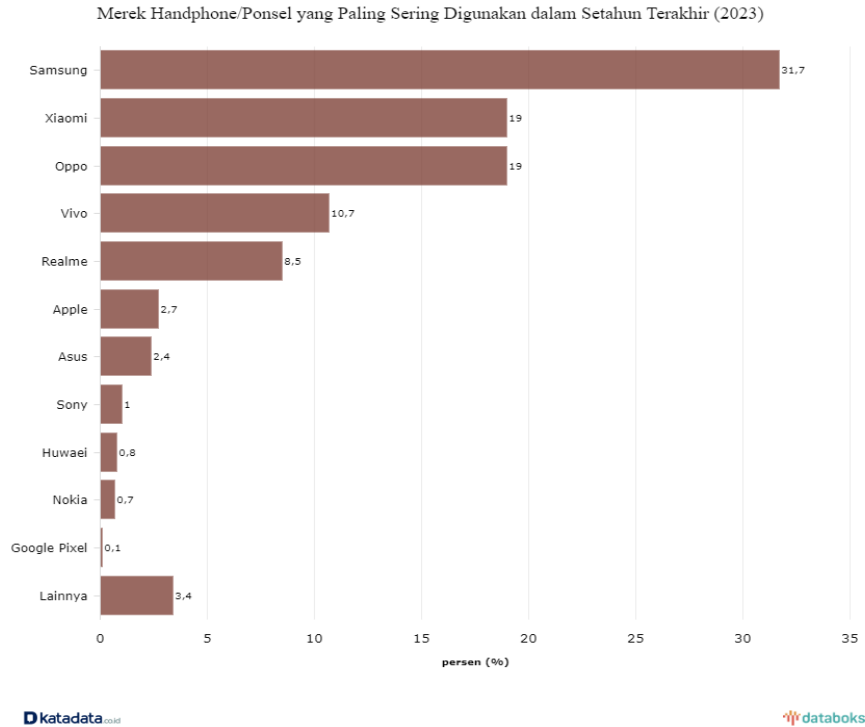
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 1.1

Merek *smartphone* yang paling sering digunakan dalam setahun terakhir (2023)



Sumber: Erlina F. Santika (2023)

<https://bit.ly/3pRzfnm>

Berdasarkan gambar diatas, Samsung bersaing dengan beberapa produsen *smartphone* seperti Xiaomi, Oppo, Vivo, Realme, Apple, Sony, Huawei, Nokia, Google Pixel, dan lainnya. Dengan rata-rata 31,7% dari tahun 2022-2023, Samsung berada di urutan pertama, dengan Xiaomi dan Vivo di urutan kedua dan ketiga. Samsung berada di urutan pertama karena memberikan fitur baru dan memudahkan pengguna menggunakan produk Samsung. Banyak merek *smartphone* lain yang tersedia untuk konsumen membuat perusahaan harus lebih inovatif dalam membuat produk baru atau mengembangkan produk lama, seperti update *software*.



Karena merek yang populer di pasaran memberikan informasi yang lengkap dibandingkan dengan produk dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran, konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal di pasaran lebih baik dan lebih berkualitas dibandingkan dengan merek yang kurang populer di pasaran. Dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah membedakan karakteristik dari tiap produk yang muncul di pasar, dan perusahaan juga memerlukan informasi tentang hal-hal yang dapat memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk. Faktor-faktor yang turut memengaruhi keputusan konsumen termasuk kualitas produk dan citra merek.

Kualitas produk menarik konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk dan jasa. Hubungan timbal balik akan memungkinkan perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen.

Citra merek suatu produk adalah gambaran umum tentang merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman sebelumnya. Pengaruh citra merek suatu produk berhubungan dengan keyakinan dan preferensi pelanggan terhadap merek tertentu. Pelanggan yang memiliki opini positif tentang merek tertentu akan lebih cenderung untuk membeli barang-barang yang diproduksi oleh merek tersebut. Perusahaan sangat penting untuk memperhatikan nama produk atau merek tertentu karena citra merek dapat menunjukkan tingkat kualitas tertentu, sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih produk, suatu produk dapat mempertahankan eksistensinya jika memiliki citra merek yang lebih baik daripada pesaingnya.

Harga ialah hal yang sangat penting diamati oleh konsumen saat membeli barang atau jasa, jika konsumen senang dengan produk atau jasa tersebut, mereka cenderung

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.



membeli produk yang sama lagi dan menggunakan jasa yang sama. Dengan demikian, harga harus sesuai dengan produk yang ditawarkan, sehingga konsumen akan memutuskan apakah barang yang dibeli sesuai atau tidak untuk dibeli.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidik pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli *smartphone* Samsung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang beradada di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian Samsung?
- 1.2.2 Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung?
- 1.2.4 Bagaimana Keputusan Pembelian Samsung?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

- 1.3.1 Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Samsung?
- 1.3.2 Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Samsung?



1.3.3 Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Samsung?

1.4

Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Subyek penelitiannya adalah pengguna *smartphone* Samsung.

1.4.2 Wilayah penelitian di Jakarta Utara, DKI Jakarta.

1.4.3 Objek yang akan diteliti kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.5

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

1.6

Tujuan Penelitian

Penulis memiliki beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran terhadap:

1.6.1 Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

1.6.2 Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian

1.6.3 Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

1.7

Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat sebagai berikut:

1.7.1 Bagi Perusahaan

- Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi untuk menerapkan strategi



C 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

pemasaran yang efektif terhadap kualitas produk, citra merek, dan harga perusahaan;

- b. Memberikan informasi kepada perusahaan;
- c. Memberikan saran yang membantu perusahaan menjadi lebih baik di masa depan;
- d. Memberikan bahan pertimbangan dan masukkan bagi perusahaan terkait kualitas produk, citra merek, dan harga perusahaan.

1.7.2 Bagi Pembaca

Sebagai referensi ilmiah untuk penelitian lanjutan tentang pengendalian internal, terutama siklus pendapatan. Selain itu, dapat membantu pembaca menentukan topik penelitian mereka dengan memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian.

1.7.3 Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, citra merek, dan harga memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan penulis wawasan yang lebih luas untuk membantu mereka membuat karya yang lebih baik.