

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pada saat ini dipenuhi dengan berkembangnya industri telekomunikasi yang menjadi kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Telepon seluler (ponsel) merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Banyak bermunculnya merek-merek baru yang ada di dunia persaingan telepon seluler yang saling untuk menciptakan produk unggulan. Produsen diminta tidak hanya sekedar membuat produksi tetapi juga harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini produsen harus mampu bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen. Menggunakan suatu produk biasanya konsumen mempertimbangkan dari segi produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen mempertimbangkan produk yang dapat dilihat dari segi bentuk, desain, keistimewaan yang dimiliki oleh produk. Membeli suatu produk mempertimbangkan harga produk yang disesuaikan dengan kualitas dan kelebihan dari produk tersebut. Konsumen harus mulai berfikir pintar dalam memilih produk, sehingga konsumen akan mendapatkan produk yang berkualitas dan baik. Persaingan akan menempatkan pemasar untuk selalu mengembangkan produk-produk terbaru dan merebut *market share*.

Perusahaan diperlukan karena salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk Smartphone. Perusahaan harus merancang strategi yang tepat untuk mendapatkan keputusan pembelian. Menurut Pater dan Olson (2000) keputusan pembelian adalah proses memilih dalam pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang disukai atau terkenal (Schffman dan Kanuk 2008). Alasan yang akan mendorong perusahaan untuk memperkuat posisi pada merek agar tercipta citra merek yang positif dan menancap kuat di benak konsumen karena melalui citra merek, konsumen mampu mengenalin sebuah produk, mengevaluasi kualitas, mengurangi resiko pembelian, dan memperoleh pengalaman dan kepuasan dari diferensiasi produk tertentu.

Selain mempunyai dan memiliki fitur-fitur yang canggih, Smartphone memberikan harga yang terjangkau bagi mahasiswa yang sensitif terhadap harga. Diantara faktor yang sering menjadi pemilihan konsumen dalam memuaskan untuk membeli suatu produk adalah harga. Harga adalah suatu strategi untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Bagi konsumen, harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan perpindahan konsumen dalam melakukan pembelian. Kemungkinan konsumen memiliki yang tidaksesuai ketika akan melakukan proses pembelian karena mungkin harganya terlalu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan pembeli dalam membeli produk

tersebut. Konsumen harus berfikir bagaimana mereka juga bisa mendapatkan kualitas produk yang baik. Agar tingkat kesempurnaan pada produk apa yang diharapkan sesuai dan memenuhi keinginan pembeli.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang membuat keberhasilan perusahaan dalam ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus memuaskan konsumen. Kepuasan akan tercapai dan dinikmati jika kualitas produk yang mampu memberikan nilai relatif terhadap keinginan konsumen. Agar keberhasilan perusahaan dapat mempertahankan eksistensi dengan mempertahankan kualitas produk. Sebuah Smartphone ketika mempunyai produk yang berkualitas, citra merek dan harga merupakan kunci utama persaingan, yang dapat memberikan nilai kepercayaan yang lebih baik kepada konsumen. Pembeli mendapat tuntunan nilai yang jauh lebih baik dan bermacam ragam karena pembeli dihadapkan pada berbagai macam produk. Karena adanya Smartphone berbagai merek dan tipe yang dapat dibeli. Hal ini produsen harus memberikan citra merek, harga, dan kualitas produk yang dapat diterima oleh konsumen. Karena dapat memberikan sesuatu yang lebih untuk para pelanggannya. Sehingga para pelanggan tidak lari ke produk yang lain dan tidak berkurang rasa kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pemahaman arti pentingnya citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan sekaligus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap**

Keputusan Pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diuraikan di atas maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah:

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, diharapkan menjadi informasi serta referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya terhadap keputusan pembelian. Sebagai media penambah pengetahuan tentang keputusan pembelian dan bahan acuan untuk peneliti selanjutnya, terutama yang berminat meneliti tentang keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu keputusan pembelian dimasa depan.
2. Manfaat praktis, diharapkan dapat memberikan masukan untuk Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam meningkatkan cinta merek, harga dan kualitas produk dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Sistmatika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok penelitian, adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah dan penelitian tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang terdiri dari citra merek, harga, dan kualitas produk, kerangka pemikiran, hipotesis

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menyajikan secara singkat kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN