

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alat komunikasi merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat masa kini. Hampir seluruh masyarakat menggunakan alat komunikasi dalam kehidupan sehari-harinya. Smartphone adalah alat komunikasi yang sedang digemari saat ini, selain karena sedang trend, smartphone juga hadir dengan berbagai tawaran menarik. Seperti fitur yang canggih serta desain yang menarik dan masa kini. Selain digunakan untuk berkomunikasi, *smartphone* yang memuat fitur-fitur canggih dapat melakukan pekerjaan yang dahulu hanya bisa dilakukan pada komputer atau laptop.

Menurut Saidani (2013), Hamidah (2013), dan Rosiana (2014) desain mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan desain suatu produk merupakan hal yang penting dalam pemilihan produk oleh konsumen. Karena bentuk luar suatu produk adalah hal yang akan dilihat oleh orang lain saat konsumen menggunakannya. Desain produk meliputi bentuk, warna, kemasan, dan tampilan. Tampilan yang elegan serta warna yang menarik akan mengundang perhatian konsumen. Konsumen smartphone sekarang ini menyukai bentuk smartphone yang tipis, yang akan lebih nyaman saat di pegang.

Ardy (2013), Saidani (2013) dan Rosiana (2014) menjelaskan bahwa fitur mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Fitur

dan kecanggihan teknologi sangat dibutuhkan oleh konsumen di jaman sekarang ini. Konsumen menyukai hal yang cepat dan baru. Fitur adalah keunggulan atau konten yang terdapat dalam produk, yang membedakannya dengan produk dari perusahaan lain.

Sekarang ini banyak perusahaan yang menyediakan *smartphone* dengan berbagai merek, fitur, desain, dan kualitas yang bervariasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Semakin banyak perusahaan yang menawarkan variasi *smartphone* kepada konsumen, akan membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dan akan lebih selektif dalam memilih *smartphone* yang akan dibeli, supaya produk yang dibeli sesuai dengan keinginannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamidah (2013), Akbar (2012) dan Mustikarillah (2011), menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian. Semakin baik citra merek, maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Citra merek dapat dibentuk melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Keduanya harus optimal agar konsumen semakin yakin dengan merek yang dipilih.

Isyanto (2012) dan Mahera (2014) juga menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, ini menunjukkan bahwa konsumen semakin jeli dalam memperhatikan produk yang akan dibeli. Kualitas produk yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan, karena konsumen akan memilih produk dengan

kualitas yang baik. Konsumen memperhatikan berbagai hal sebelum melakukan pembelian. Perusahaan harus dapat menjaga dan meningkatkan kualitas yang sudah dimiliki agar konsumen tidak lari ke produk lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah merek (*brand*) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen membeli smartphone samsung?
2. Apakah fitur berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen membeli smartphone samsung?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen membeli smartphone samsung?
4. Apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen membeli smartphone samsung?
5. Apakah merek, fitur, desain, dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Menganalisis pengaruh merek (*brand*) terhadap keputusan konsumen dalam membeli smartphone samsung.
2. Menganalisis pengaruh fitur terhadap keputusan konsumen dalam membeli smartphone samsung.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli smartphone samsung.
4. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli smartphone samsung.
5. Untuk mengetahui apakah merek, fitur, desain, dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

b. Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk konsumen dalam mengevaluasi smartphone Samsung melalui merek, fitur, kualitas produk dan desain produk.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu pengertian pemasaran dan konsep pemasaran, bauran pemasaran, perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian terdahulu dan teori-teori relevan lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini menjelaskan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik

pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta rencana analisis data.

BAB IV Pelaksanaan dan Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum konsumen smartphone samsung, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan, serta hasil penelitian.

BAB V Penutup

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang diperlukan.

Daftar Pustaka