

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dalam lima tahun terakhir ini berkembang sangat pesat, berdampak semakin tingginya persaingan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil untuk memenangkan kompetisi persaingan harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami setiap keinginan konsumen. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu memahami setiap keinginan konsumennya dengan baik. Semakin perusahaan tahu akan perilaku konsumennya, maka akan lebih memudahkan dalam mencapai target yang di inginkan.

Didalam persaingan, perusahaan seringkali menggunakan beragam strategi pemasaran guna memenangkan persaingan. Oleh karena itu harus diketahui bagaimana cara penyajian alternatif yang terbaik ke pasar sehingga dapat memenangkan persaingan serta mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan variabel penting yang harus diketahui oleh pembuat kebijakan dalam suatu perusahaan.

Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan

yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda produk, fitur harga, dan layanan. Saat ini kegunaan handphone selain untuk menelfon dan sms, juga dapat digunakan untuk mengakses internet dan melakukan pekerjaan yang dahulu hanya bisa dilakukan pada sebuah komputer atau laptop, namun saat ini bisa di akses melalui gadget yang biasa disebut SmartPhone atau Handphone pintar. Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan definisi telepon pintar. Bagi beberapa orang, telpon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh piranti lunak system operasi yang menyediakan hubungan standard dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon pintar hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik *built-in* maupun eksternal) dan konektor VGA.

Smartphone yang saat ini diminati adalah smartphone asal china, selain harganya yang terjangkau smartphone asal china ini juga memiliki fitur dan kualitas yang tidak kalah dengan smartphone asal jepang. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan membentuk identitas produk yang kuat pada masyarakat sebagai konsumen akhir.

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Dengan semakin banyaknya produsen

yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam dua hal yaitu dalam menetapkan harga dan memberikan kualitas yang bagus. Agar mampu untuk terus bersaing di pasaran dan dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Pada dasarnya konsumen dipengaruhi oleh banyak hal dalam melakukan pembelian. Untuk menganalisis dan meneliti perilaku konsumen yang dikaitkan dengan selera pembelian SmartPhone China, terlebih dahulu harus diketahui, apa yang menjadi keinginan konsumen dalam membeli, serta kapan dan bagaimana membelinya. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang didengar, dilihat dan dirasakan. Hal ini tergantung dari lingkungan dimana konsumen itu berada.

Pertimbangan adanya persaingan dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perlunya pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara intensif dan menjadi salah satu aktivitas pokok yang harus dilakukan produsen atau perusahaan dalam usaha mempertahankan eksistensi perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Perusahaan harus bisa memberikan strategi pemasaran yang terarah agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap daya beli produk. Jika konsumen puas terhadap produk, konsumen akan puas sehingga menjadi iklan yang paling efektif. Akan tetapi

pemahaman tentang perilaku konsumen cukup sulit dan manusia adalah individu yang kompleks karena dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMBELI SMARTPHONE PRODUK CHINA” (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel harga dan kualitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone produk China ?
2. Diantar variabel-variabel harga dan kualitas, variabel mana yang punya pengaruh dominan terhadap keputusan membeli ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas mempunyai pengaruh keputusan pembelian smartphone produk China.
2. Untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian smartphone produk China.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai akademis salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi pihak lain, di dalam menganalisis perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk