

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alat komunikasi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali jenis alat komunikasi, misalnya telepon rumah, *handphone* atau bisa melalui internet (chatting, e-mail) *Handphone* bukan merupakan barang yang mewah bagi masyarakat saat ini, karena hampir semua masyarakat memiliki *handphone*. Masyarakat lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan *handphone* dari pada alat komunikasi lainnya, karena mudah dibawa dan dapat digunakan kapanpun ketika pengguna membutuhkannya.

Bahkan dengan majunya ilmu teknologi pada saat ini *handphone* tidak hanya dapat digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat (sms), Namun dapat digunakan untuk *chatting*, membuka *e-mail*, ataupun komunikasi lainnya melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan memiliki aplikasi yang lengkap maka *handphone* merupakan salah satu pilihan yang tepat.

Pada saat ini permintaan masyarakat terhadap *handphone* semakin meningkat, hal ini merupakan peluang bagi produsen *handphone* untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan *handphone* yang dihasilkannya. Salah satu produsen *handphone* yang disegani yaitu Nokia.

Persaingan yang semakin ketat membuat paraperusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga berbeda dengan produk pesaing, karena kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Perusahaan Nokia berusaha menciptakan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dari produk pesaing dalam peluncuran perdananya sudah langsung menarik konsumen.

Selain dari kualitas produk, pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Jika harga tinggi maka permintaan produk semakin rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang ada. Perusahaan Nokia menetapkan harga produknya lebih terjangkau dari harga produk pesaing, namun juga diimbangi dengan kualitas produk yang baik.

Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada konsumen, selain menawarkan produk yang

Berkualitas dan penetapan harga. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Strategi promosi merupakan gabungan antara periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas menjadi suatu program terpadu untuk

Berkomunikasi dengan pembeli dan orang lain yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Nokia melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat beli konsumen iklan didasari pada informasi keunggulan dan keuntungan suatu produk, yang kemudian disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan ketertarikan pada yang melihat atau mendengarnya, maka iklan akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA LUMIA DI KOTA SURAKARTA”**.

B. Perumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Nokia Lumia ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Nokia Lumia?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Nokia Lumia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Nokia Lumia.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *handphone* Nokia Lumia.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap pembelian *handphone* Nokia Lumia.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Muhammadiyah Surakarta.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas dalam menerapkan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan kepada peneliti tentang berbagai factor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini sebagai arahan dalam memahami skripsi ini secara runtut, penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori dalam penelitian yaitu mengenai Keputusan Pembelian, kualitas pelayanan, harga, dan promosi serta penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODA PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji instrumen data, uji asumsi klasik, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang deskripsi responden, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, keterbatasan penelitian, dan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN