

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang cukup konsumtif diberbagai aspek. Dengan banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia menjadikannya pasar yang cukup potensial bagi berbagai jenis produk. Salah satunya adalah bidang komunikasi, setiap orang yang membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk berbagai kepentingan, seperti kepentingan bisnis maupun keluarga, salah satu media komunikasi yang paling penting saat ini adalah telephone genggam, hampir setiap orang mempunyai handphone, bahkan 1 orang bisa mempunyai lebih dari 1 handphone, Jumlah pengguna handphone di Indonesia mencapai angka 270 juta, melebihi total penduduk di Indonesia yang hanya 253 juta, sehingga tidak mengherankan apabila Indonesia merupakan ladang bisnis seluler yang sangat menggiurkan.

Adanya handphone maka dibutuhkannya layanan kartu perdana telephone genggam seperti Telkomsel, Indosat, XL, Axiata, Three dll. Karena produk kartu perdana handphone yang sangat bervariasi, hal ini membuat persaingan semakin ketat, dan perusahaan dituntut agar dapat meningkatkan kualitas dan melakukan berbagai inovasi yang bertujuan agar konsumen tertarik terhadap produk kita. Dalam menghadapi persaingan yang ketat perusahaan harus mempunyai strategi untuk mempertahankan konsumen supaya tidak berpaling ke produk lain serta meningkatkan volume penjualan.

Salah satu aspek penting dalam *marketing mix* adalah produk, dan tidak dapat lepas dari kebutuhan serta keinginan konsumen. Produk tidak dapat memiliki nilai jual jika produk tersebut tidak menarik bagi konsumen. Dalam menarik minat konsumen, promosi merupakan hal pertama yang mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan promosi yang menarik maka akan mendorong konsumen untuk memilih produk kita dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, yaitu harga. Harga juga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen mematok kualitas suatu produk dengan harganya, namun tidak semua konsumen berpikir sama, terkadang ada juga yang melihat daya beli atau penghasilan konsumen tersebut, maka diharapkan para pembuat strategi pemasaran untuk memilah pasar sesuai dengan perilaku konsumennya.

Persaingan yang ketat, citra merek merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan dalam persaingan dengan kompetitor kartu perdana lainnya. Tanpa citra merek yang kuat akan sulit bagi perusahaan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada Ismani (2008). Dengan hal ini citra merek dapat menjadi pertimbangan dan evaluasi merek perusahaan agar dapat mengembangkan produk yang memiliki keunggulan dan mempunyai citra merek yang positif dimata konsumen dibandingkan dengan produk kartu perdana lainnya.

Adapun keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan Amirullah (2002). Melihat dari penjelasan mengenai keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dipertimbangkan untuk mendapatkan produk yang sesuai. Konsumen memiliki hak untuk menentukan keputusan pembelian produknya yang tentunya didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut diantaranya harga dan citra merek.

Latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti variabel harga dan citra merek yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan diteliti adalah produk kartu perdana handphone dan penelitian akan dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan demikian penelitian ini diberikan judul **“PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KARTU PERDANA SIMPATI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka pokok masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kartu perdana telephone genggam?

2. Apakah variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk citra merek telephone genggam?
3. Apakah variabel harga dan citra merek, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk kartu perdana telephone genggam?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang ada maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kartu perdana telephone genggam.
2. Menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk kartu perdana telephone genggam.
3. Menguji pengaruh harga dan citra merek, secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk kartu perdana telephone genggam.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini menjadi penguatan teori tentang harga dan citra merek dalam menentukan keputusan pembelian pada produk kartu perdana handphone.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan yang lebih luas pada penulis khususnya mengenai ilmu tentang harga dan citra merek dan keputusan pembelian serta sebagai sarana untuk mengimplementasikan teori-teori yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan dapat memberikan masukan dalam menyempurnakan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pembaca atau penelitian lainnya sebagai bahan referensi dan pengetahuan dalam penelitian selanjutnya khususnya mengenai harga, citra merek dan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian terbagi menjadi lima BAB yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mafaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar setiap variabel, kerangka pemikiran, ringkasan hasil penelitian terdahulu yang memiliki variabel sama dan rumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, data dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, desain pengambilan sample dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang diskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil pengolahan data penelitian dan juga berisi mengenai saran serta keterbatasan dari penulis dalam melaksanakan penelitian ini.