

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

*Handphone* merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan *handphone* yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggul mereka. Produsen diuntut tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut di butuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk

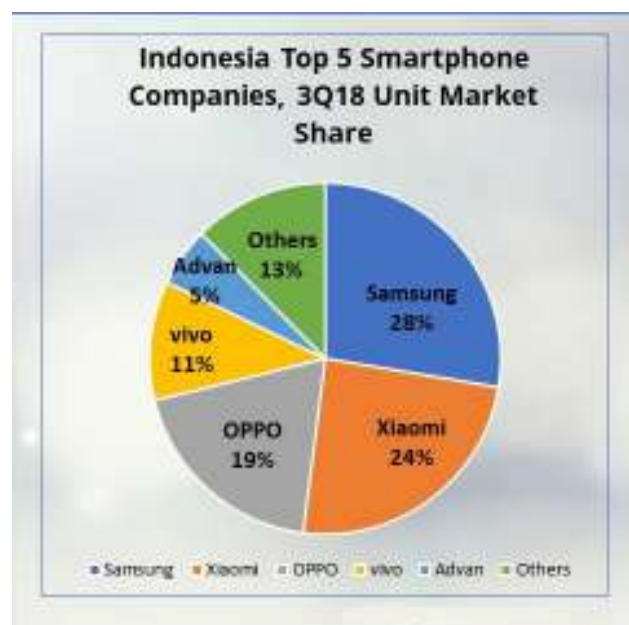
Banyaknya *smartphone* yang masuk ke Indonesia memberikan banyak pilihan merek, harga dan kualitas produk untuk konsumen-konsumen Indonesia. Merek mengidentifikasi sumber atau pembuatan produk dan memungkinkan konsumen untuk menuntun tanggung jawab atas kinerjanya kepada pabrik atau distributor tertentu. Di sisi lain, harga dan kualitas produk juga merupakan faktor penting dipertimbang konsumen sebelum melakukan pembelian *smartphone*. Faktor harga merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan produsen untuk menciptakan pembelian yang tinggi bagi konsumen.

Konsumsi *smartphone* di Indonesia semakin tahun semakin bertambah secara signifikan, terhitung mulai dari tahun 2016 sejumlah 65.2 juta, 2017 74.9 sejumlah juta, 2018 sejumlah 83.5 juta, dan 2019 sejumlah 92 juta.

Merek Xiaomi sudah mulai dikenal masyarakat Tiongkok sejak tahun 2011, mulai dikenal masyarakat Indonesia pada tahun 2013 dan mulai meledak di pasaran pada tahun 2014 dengan produk unggulannya yaitu *smartphone* Xiaomi. *smartphone* Xiaomi menggunakan system operasi android dan sangat digemari oleh semua kalangan pada saat ini, fitur-fitur yang ditawarkan produk tersebut sangatlah bervariasi dan mampu menandingi produk *smartphone* yang sudah lama beredar di pasaran.

Munculnya produk *smartphone* Xiaomi ini sangat menghantui perusahaan-perusahaan *smartphone* lain seperti Samsung dan Apple. Semenjak *smartphone* Xiaomi beredar di pasaran, masyarakat mulai penasaran dengan produk buatan Tiongkok ini dan sedikit demi sedikit beralih ke *smartphone* Xiaomi.

Sesuai data yang dimiliki oleh IDC Xiaomi ini memiliki capaian 24% di Q3 tahun 2018



Gambar 1.1 Top 5 Vendor *Smartphone* di Indonesia Q3 2018

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**”.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi?
2. Variabel apakah dari variabel citra merek, kualitas produk, harga dan promosi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
2. Menganalisis variable-variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dalam kalangan akademisi hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini dapat digunakan dalam penerapan ilmu atau menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Hasil penelitian di harapkan dapat memberikan kontribusi berupa saran dan masukan kepada perusahaan *smarphone* Xiaomi.
4. Melalui hasil penelitian akan diketahui pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sebagai sarana mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yang tersusun sebagai berikut:

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Dalam bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang peneliti tertarik meneliti permasalahan yang diteliti, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua menguraikan mengenai tinjauan teori yang terdiri dari Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi. Pada bab ini juga memaparkan kerangka pemikiran, penelitian-penelitian terkait permasalahan yang diteliti peneliti serta hipotesis.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang peneliti gunakan.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan mengenai sejarah singkat organisasi, karakteristik responden, analisis data dan pembahasan hasil penelitian, pembuktian dari hipotesis yang dipaparkan dalam bab satu serta jawaban atas pertanyaan pada perumusan masalah.

## BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi simpulan dari serangkaian pembahasan permasalahan yang diteliti, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang perlu disampaikan kepada populasi yang menjadi objek penelitian maupun saran bagi peneliti selanjutnya.