

BAB I

PENDAHULUAN

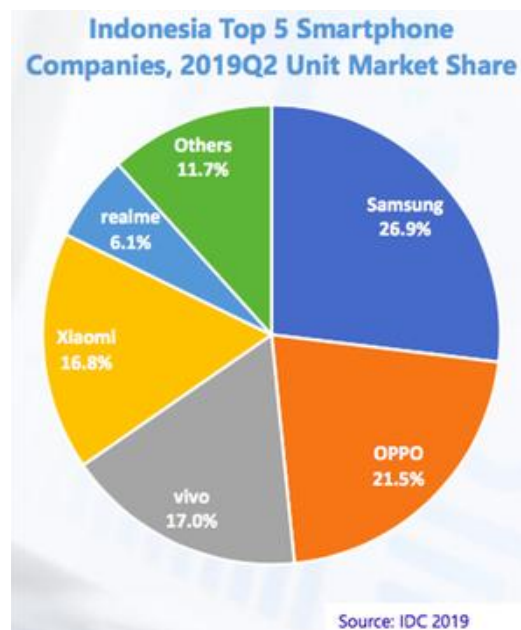
A. Latar Belakang Masalah

Smartphone merupakan salah satu kebutuhan masyarakat modern saat ini yang akan menunjang aktifitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan elektronik sehingga bermunculan banyak berbagai merek-merek *smartphone*. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan *smartphone* telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat moderen saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak *smartphone* yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi.

Salah satu jenis *smartphone* yang sedang banyak diminati oleh masyarakat adalah *smartphone* (telepon pintar) yang memiliki jenis sistem Android. *PT. Samsung Electronics Indonesia* atau sering disebut **PT. SEIN** adalah divisi *Samsung Electronics di Indonesia*, perusahaan ini memproduksi peralatan elektronika seperti induk perusahaannya yang merupakan perusahaan yang memproduksi hardware elektronika terbesar di dunia, perusahaan ini berkantor pusat di *Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan*. Perusahaan ini adalah perusahaan terbesar di negara Korea Selatan dan merupakan ikon utama dari *Samsung Group*, yang merupakan

konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Samsung Group dibentuk pada 1938 oleh Lee Byung-chul (1910-1987).

Smartphone Samsung pertama kali dikenalkan pada 27 April 2009 dengan meluncurkan *smartphone* android pertamanya yakni i7500 yang menawarkan layar sentuh *AMOLED* berukuran 3.2 inci. OS yang digunakan pada handphone ini adalah *OS android Cupcake 1.5*. Kekuatan dari Samsung adalah Samsung berhasil menciptakan manufaktur sendiri dalam menentukan standar pengembangan teknologi *Smartphone* dan disesuaikan dengan perubahan gaya hidup dan selera konsumen. Samsung juga terus mengembangkan segmentasi produk karena ingin fokus ke semua pasar. Sementara untuk keunikan, Samsung terus berinovasi dengan desain dan model – model baru yang tentunya tetap disesuaikan untuk segala pasar. Dengan segala keunggulan inilah Samsung dinilai telah mampu menarik hati konsumen.



Gambar 1.1 Merek Smartphone Terbesar di Inonesia

Menurut IDC Samsung tetap menjadi pemimpin dalam *smartphone* di seluruh dunia dan mempertahankan pertumbuhannya dengan 8,3% dan mengirimkan total 78,2 juta *smartphone*. Karena beberapa konsumen memegang perangkat lebih lama dari sebelumnya dan memilih opsi penggantian yang lebih murah, perangkat tingkat menengahnya membantu mendorong pertumbuhan. Perangkat A-series Samsung bekerja dengan baik di kuartal tersebut dan membantu mengisi celah yang ditinggalkan oleh Huawei.

Banyaknya jenis dan merek *smartphone* yang ditawarkan di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan dan hal ini sangat mendorong para produsen untuk menjual produknya dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif. Untuk itu, perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam menentukan keputusan dalam mengambil keputusan untuk membeli.

Menurut (Kotler; Armstrong, 2008, hal. 224) ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Beberapa atribut yang ada dalam sebuah produk yaitu kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Keputusan konsumen didasari atas beberapa hal, seperti citra merek, harga, dan kualitas produk. Menurut (Setiadi, 2003, hal. 347), peningkatan merek yang diberikan kepada konsumen yang mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian maka keputusan merek akan tercipta. Ketika citra merek yang diberikan mampu memenuhi pengharapan konsumen, maka konsumen yang bersangkutan akan merasa puas dengan harga penjualan yang diberikan.

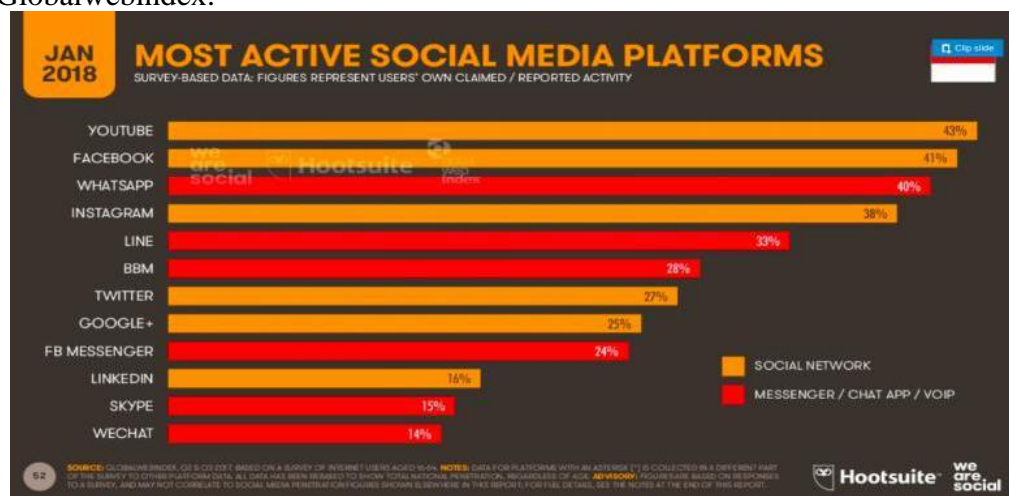
Pengaruh Citra merek dinilai merupakan faktor yang penting dalam hal pemasaran sebuah produk dan atau jasa. Perusahaan harus memperhatikan apa – apa saja yang menyangkut hal pencitraan merek. Hal ini dilakukan agar perusahaan Samsung dapat mengetahui apakah produk mereka diterima dengan baik oleh konsumen, apakah produk mereka adalah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal komunikasi. Dan salah satu cara Samsung adalah menjaga kualitas produknya, sehingga memiliki citra merek dimata masyarakat. Kualitas produk adalah kemampuan prduk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lainyang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler; Armstrong, 2008, hal. 114). Kualiatas produk yang semakin baik akan menarik minat beli konsumen untuk membelinya.

Dan juga menurut (Sawastha & Dharmesta, 2008, hal. 156) menyatakan keputusan pembelian adalah sebagai sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu secara langsung.

Media Sosial merupakan aplikasi sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya. *User* dapat menggunakannya untuk berbagi, mendapatkan informasi, dan saling bertukar pesan sehingga dapat

terbentuknya jaringan sosial antar user. Media Sosial dapat berisi gambar, video, suara, dan text yang dapat memberikan informasi kepada orang lain di dunia maya. Konten yang banyak dipublikasikan dalam media sosial adalah *Video Blog*.

Youtube adalah salah satu jasa penyedia dalam penayangan iklan yang berbentuk video. Perkembangannya jumlah pengguna Youtube di seluruh dunia semakin bertambah karena saat ini Youtube tidak hanya digunakan untuk mengunggah video tetapi bisa juga digunakan sebagai media periklanan dengan menggunakan konten vlog. Di negara Indonesia, penggunaan Youtube sangat tinggi, terbukti dari data persentase yang dilakukan oleh Globalwebindex.



Gambar 1.2 Digram Pengguna Sosial Media Aktif di Indonesia

Melalui media sosial khususnya YouTube, konsumen dapat mencari informasi produk tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. Konsumen juga dapat menyebarkan pengalamannya serta berbagi informasi mengenai suatu produk kepada konsumen lainnya dalam bentuk video *review* yang

diunggah melalui YouTube. Bentuk komunikasi seperti ini biasa disebut *word of mouth* (WOM). (Hasan, 2010, hal. 27) mendefinisikan *word of mouth* (WOM) adalah tindakan konsumen dalam memberikan informasi kepada orang lain (antar pribadi) mengenai merek atau produk, dalam dunia elektronik hal ini lebih dikenal dengan istilah *Electronic Word of Mouth* (eWOM).

Salah satu jenis dari *electronic word of mouth* (eWOM) adalah *online consumer review*. *Online consumer review* adalah salah satu jenis *electronic word of mouth*, yang memberikan informasi dan rekomendasi produk dari perspektif pelanggan (Lee & Watkins, 2016). Lewat cara ini konsumen dapat secara langsung berbagi informasi tentang sebuah produk kepada konsumen lainnya. Pengunjung *online* juga dapat menciptakan informasi produk, bukan hanya mengonsumsinya. Pengalaman konsumen lain dalam menggunakan produk dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW* DI YOUTUBE, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG DI SOLO RAYA.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diperoleh beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah *online consumer review* di Youtube mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya?
3. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya?
4. Apakah *online consumer review* di youtube, kualitas produk, dan citra merek saling mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya?

C. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini, yaitu:

1. Mengetahui tentang pengaruh *online consumer review* di Youtube terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya.
2. Mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya.
3. Mengetahui tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya.
4. Mengetahui pengaruh *online consumer review* di youtube, kualitas produk, dan citra merek saling berkaitan dalam keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Solo Raya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi penelitian penelitian serupa di masa yang akan datang dan dapat menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan *smartphone* di Indonesia (khususnya Samsung) dalam menjaga mengelola kualitas produk, citra merek perusahaan mereka yang sudah kuat dan memperhatikan *online consumer review* yang muncul banyak di Youtube sebagai masukan dalam pengembangan produk maupun strategi pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya menjadi lima bab. Dimana setiap bab hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan,

fenomena dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Manfaat dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, perumusan masalah, dan hipotesis yang diajukan. Pada bagian terakhir bab ini yaitu system penulisan, diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Kerangka pemikiran adalah skema yang dibuat untuk menjelaskan secara singkat permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional dimana deskripsi terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Jenis dan sumber data merupakan gambaran tentang data yang digunakan untuk variabel penelitian. Penentuan

yang berkaitan dengan jumlah populasi dan jumlah sampel yang diambil. Kemudian metode pengumpulan data yang digunakan dan metode analisis mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini dijelaskan tentang deskripsi objek penelitian yang berisi penjelasan singkat objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk lebih sederhana yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian.

BAB V: PENUTUP

Merupakan bab terakhir dari skripsi ini yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.