

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring Perkembangan zaman perubahan akan terjadi dengan berbagai tuntutan globalisasi. Smartphone merupakan salah satu kemajuan teknologi di bidang elektronik. Pemasaran berguna untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada konsumen agar konsumen mengenal dan tertarik pada produk tersebut. Fatmaningrum, et., al (2020) menyatakan produk yang dirancang perusahaan harus memiliki kualitas yang baik, serta wajib dikomunikasikan secara terus menerus kepada konsumen. Sari (2021) strategi yang bagus agar produk yang di hasilkan bisa tetap bersaing dengan produk-produk lain. Satu-satunya atribut yang sulit ditiru adalah merek yang kuat. Perusahaan atau produk yang memiliki merek yang kuat cenderung lebih mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan persepsi konsumen. Persaingan antar perusahaan adalah suatu hal yang lazim dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam sebuah bidang usaha dengan berbagai caranya masing-masing (Fernando dan Aksari 2017).

Untuk mengetahui hal tersebut perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran sangatlah berguna untuk kemajuan produk dalam bersaing di pasarnya, perusahaan harus pintar-pintar untuk mencari peluang agar dapat mengalahkan pesaing dipasar tersebut.

Wahyuningsih (2019) menyatakan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai dengan menguasai pasar sehingga harus diketahui dan dipahami tentang konsep pemasaran, yaitu filosofi bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan syarat ekonomi dan sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan. Produsen juga harus bisa memahami perilaku konsumen terhadap produk pasar, agar produsen dapat menyesuaikan cara untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih atau membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu, pengenalan, kebutuhan, pencarian informasi dan perilaku pasca pembelian. Menurut Desi Peburiyanti (2020) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi faktor pembelian, salah satu faktornya adalah harga. Harga adalah jumlah uang yang harus di bayar ketika membeli barang yang di inginkan. Sutrisno dan Haryani (2017) menyatakan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Harga menjadi salah satu variabel pemasaran yang fleksibel dan dapat dimainkan perusahaan (Anam, et., al 2021). Menurut Arnold (2021) harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembeli yaitu promosi. Menurut Fitaloka, et., al (2019) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menunjukkan keistimewaan produk dan membujuk pembeli untuk membeli. Jika perusahaan dapat memberikan promosi dengan baik akan berpengaruh dalam penjualan produk. Jika suatu produk memiliki promosi yang baik maka barang atau jasa yang ditawarkan akan mudah diingat oleh konsumen (Suhartono 2020).

Selain harga dan promosi ada juga kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Jika kualitas produk sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan puas dan tertarik untuk membeli kembali produk tersebut. Menurut Respati (2019) kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan, mengacu dengan hal tersebut maka banyak perusahaan yang berlomba-lomba dengan meningkatkan kualitas produk yang baik.

Penulis memilih untuk melakukan penelitian terhadap iPhone karena melihat beberapa mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta banyak yang menggunakan smartphone tersebut dan saya ingin mengetahui kenapa memilih membeli iPhone daripada smartphone yang lain. Apakah mungkin kualitas smartphone iPhone lebih baik penulis memilih untuk melakukan penelitian terhadap smartphone iPhone karena dipandang sebagai smartphone yang tergolong untuk kalangan menengah keatas dan banyak mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memilih menggunakan smartphone iPhone. Penulis ingin mengetahui kenapa banyak

mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memilih menggunakan Iphone daripada Smartphone yang lain. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta teori dan konsep-konsep pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya mengenai harga, promosi, dan kualitas produk, dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam meningkatkan harga, promosi dan kualitas produk yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Manfaat Empiris

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui secara empiris pengaruh keputusan pembelian berdasarkan dengan hasil uji statistik yang dilakukan.