

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Mobilitas masyarakat Indonesia yang semakin tinggi, serta kemajuan teknologi sekarang ini telah mengakibatkan kebutuhan akan komunikasi dan informasi berubah dari awalnya hanya merupakan kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer di masyarakat. Telepon seluler atau *handphone* merupakan salah satu alat teknologi yang perlahan merubah cara dan media sosialisasi masyarakat di Indonesia, sehingga menjadikan masyarakat senantiasa haus akan informasi dan kemudahan berkomunikasi.

Teknologi telepon seluler atau *handphone* yang dari tahun ke tahun mengalami kemajuan, fungsi telepon seluler atau *handphone* seolah-olah telah bermetamorfosis dari sekedar alat komunikasi tanpa kabel menjadi alat penyedia informasi yang mudah dijangkau dan digunakan oleh masyarakat. Kemudahan akses internet yang ditawarkan pada telepon seluler atau *handphone* sekarang ini telah merubah kebutuhan akan telepon seluler atau *handphone* menjadi sangat penting di masyarakat, bahkan tidak sedikit masyarakat Indonesia yang menjadikan kepemilikan telepon seluler atau *handphone* sebagai gaya hidup yang harus dimiliki.

Samsung merupakan salah satu *pioneer* telepon seluler atau *handphone* di Indonesia. Setelah hampir dua dekade mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen di Indonesia pada khususnya, perlahan Samsung berubah

menjadi raksasa telepon seluler di Indonesia. Samsung menggunakan OS *Android* kali pertama untuk produk *handphone*-nya pada tahun 2009 yaitu pada *handphone* seri i7500. Pengaplikasian OS *Android* pada produk *handphone* Samsung Galaxy S pada Maret 2010 dinilai menjadi awal kebangkitan produk telepon seluler atau *handphone* Samsung. Hingga bulan Januari 2011, Samsung mengklaim telah berhasil menjual *handphone* Galaxy S sebanyak 10 juta unit. (Ita, 2013)

Kondisi tersebut diatas sebenarnya tidak terlepas dari akuisisi perusahaan pencipta OS *Android* (*Andorid Inc.*) oleh perusahaan raksasa *Google Inc.* pada tahun 2005, sehingga fitur-fitur *Google* mudah diaplikasi oleh *handphone* yang menggunakan sistem pengoperasian *Android*. Kemudahan Samsung dalam menggunakan OS *Android* dikarenakan Samsung merupakan salah satu anggota *Open Handset Alliance* sebuah konsorsium beberapa perusahaan yang telah sepakat untuk membuat open standar bagi mobile phone, dimana pada bulan Nopember 2007 konsorsium tersebut mengumumkan penggunaan OS *Android* pertama mereka, yaitu: *Android* yang berbasis Linux kernel versi 2.6. (Detra, 2013)

Disamping itu, membanjirnya produk-produk *handphone* buatan negeri Tirai Bambu di pasar Indonesia yang pada awalnya memiliki tampilan produk hampir mirip dengan produk Samsung, serta penggunaan sistem pengoperasian *Android*, menjadi media promosi tidak langsung bagi *handphone* Samsung sendiri. Kualitas dan fasilitas produk-produk *handphone* dari negeri Tirai Bambu yang dinilai kurang, menjadikan masyarakat banyak

beralih ke *handphone* Samsung yang memiliki kualitas lebih dengan selisih harga yang tidak terlalu tinggi. Kotler (2000) dalam Nurkhayati (2012) menerangkan bahwa agar suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis adalah dengan membuat produk yang berkualitas tinggi dan dapat memenuhi selera konsumen. Wahyuni (2012) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Harga yang terjangkau, tampilan yang *up to date*, kemudahan penggunaan, serta kecepatan pengaksesan internet merupakan beberapa faktor yang dinilai membuat tipe dan varian Samsung OS *Android* menjadi primadona baru di masyarakat. Bahkan di tahun 2012, penjualan *handphone* Samsung menduduki peringkat pertama di dunia dengan nilai penjualan 384.631,2 ribu unit (Gartner, 2013). Stanton (2005) menerangkan bahwa terdapat tiga indikator yang mencirikan harga, yakni keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Penjualan saham *Blackberry* kepada perusahaan raksasa *Google Inc.*, sebagai pemilik dari sistem pengoperasian *Android*, menjadikan tipe dan varian Samsung OS *Android* semakin kokoh sebagai raja *handphone* di Indonesia, bahkan beberapa tipe Samsung OS *Android* telah memiliki fitur yang penggunaannya dapat diimplementasikan dengan produk elektronik Samsung yang lain, seperti televisi dan jam tangan Samsung.

Eksistensi *handphone* Samsung dalam meramaikan pasar *handphone* di Indonesia, sejak akhir tahun 1990-an yang dinilai sebagai *handphone entry-level* hingga sekarang ini sebagai raja telepon seluler di dunia, menciptakan pencitraan merek yang efektif dan positif di kalangan konsumen terhadap produk *handphone* Samsung, bahkan di Indonesia 8 dari 10 konsumen telepon seluler memilih dan menggunakan produk *handphone* Samsung. Aaker (2003), menerangkan bahwa penciptaan kesan menjadi salah satu karakteristik dasar dalam orientasi pemasaran modern yaitu lewat pemberian perhatian lebih serta penciptaan merek yang kuat. Implikasi dari hal tersebut menjadikan merek suatu produk menciptakan *image* dari produk itu sendiri di benak pikiran konsumen dan menjadikan motivasi dasar bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Keller (1993) dalam Nurkhayati (2012) juga menjelaskan bahwa citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu merek produk tertentu dibandingkan dengan produk merek lain.

Nurkhayati (2012) menerangkan bahwa sebelum melakukan pembelian, pada umumnya konsumen akan melakukan pencarian informasi atas produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Setelah mendapatkan informasi atas suatu produk, maka konsumen akan melakukan evaluasi dan perbandingan produk tersebut dengan produk lain, apabila hasil pemikiran (evaluasi dan perbandingan) tersebut memberikan penilaian bahwa produk yang hendak dibeli telah sesuai dengan atau dengan kata lain konsumen telah berminat dengan produk tertentu, maka konsumen akan mengaktualisasikan pemikirannya dengan melakukan pembelian atas produk tersebut.

Tahapan pemikiran dan penilaian alternatif atas suatu produk yang dikehendaki tersebut, merupakan tahapan yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk, karena apabila dari hasil pemikiran dan evaluasi yang dihasilkan oleh konsumen atas suatu produk tersebut memberikan hasil bahwa produk yang diamati dapat memenuhi kebutuhannya, maka berarti konsumen telah memiliki minat pembelian atas produk tersebut, sehingga arah terjadinya pembelian secara aktual akan segera dapat terwujud, begitu pula sebaliknya apabila dalam tahapan tersebut konsumen merasa tidak mendapatkan manfaat atas produk yang diamati, maka dapat dipastikan bahwa konsumen tidak akan melakukan pembelian atas produk tersebut.

Dari uraian permasalahan di atas, maka penulis sangat berminat untuk melakukan penelitian mengenai minat beli konsumen terhadap keputusan mereka melakukan pembelian *handphone* Samsung OS *Android*, sehingga penelitian ini hendak dilaksanakan dengan menggunakan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.**

## **B. Pembatasan Masalah**

Mengingat faktor minat atau selera beli konsumen tidak dapat berdiri secara mandiri sebagai variabel atau dengan kata lain begitu banyak hal atau faktor yang dapat menyebabkan munculnya minat atau selera beli konsumen, maka peneliti membatasi faktor-faktor yang memungkinkan munculnya minat

atau selera konsumen yang hendak dianalisis dalam penelitian ini, kepada: Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek *handphone* Samsung *Android*.

### **C. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang dan pembatasan permasalahan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Minat Beli konsumen?
2. Apakah Harga memiliki pengaruh terhadap Minat Beli konsumen?
3. Apakah Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Minat Beli konsumen?
4. Apakah Minat Beli konsumen memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis serta menemukan jawaban nyata terhadap masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk menganalisis apakah dan bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen.
2. Untuk menganalisis apakah dan bagaimanakah perngaruh Harga terhadap Minat Beli konsumen.
3. Untuk menganalisis apakah dan bagaimanakah perngaruh Citra Merek terhadap Minat Beli konsumen.

4. Untuk menganalisis apakah dan bagaimanakah pengaruh Minat Beli konsumen terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Sebagai sebuah hasil karya keilmuan, maka peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini:

1. Pihak Akademis

Kepada pihak-pihak akademis, peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan yang dapat digunakan sebagai bahan dan acuan dalam penelitian-penelitian berikutnya yang hendak melakukan pengamatan dan penelitian dalam bidang atau bahan penelitian yang sama.

2. Pihak Publik

Mengingat kemungkinan dilakukannya publikasi atas hasil dari penelitian ini, maka peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan oleh pihak publik sebagai bahan pertimbangan dan nilai tambah dalam memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk *handphone* Samsung *Android*.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Seperti pada umumnya penulisan karya ilmiah lainnya, hasil penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Halaman Depan

Halaman Depan berisi beberapa halaman pembuka seperti halaman judul, halaman pengesahan, kata pengantar, motto, halaman persembahan, halaman abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar.

2. Bab I = Pendahuluan

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

3. Bab II = Tinjauan Pustaka

Bab II berisi uraian mengenai landasan-landasan teori, hasil penelitian-penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian, dan hipotesis penelitian.

4. Bab III = Metodologi Penelitian

Bab III berisi mengenai Populasi dan Sampel yang digunakan dalam penelitian beserta teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang hendak dianalisis beserta metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta alat-alat uji/analisis data penelitian (uji instrumen, alat analisis data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis/statistik).

5. Bab IV = Analisis Data dan Pembahasan

Bab IV berisi uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, deskripsi responden penelitian, hasil analisis data, serta pembahasan.



6. Bab V = Penutup

Bab V menguraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

7. Daftar Pustaka

8. Lampiran