

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Seiring dengan Perkembangan zaman serta perkembangan teknologi yang semakin pesat di bidang telekomunikasi khususnya, yaitu alat komunikasi yang berbentuk telepon genggam atau *smartphone*. Alat komunikasi pada zaman dahulu hanya dapat dilakukan dengan cara di letakkan di rumah, dengan kemajuan teknologi kini alat komunikasi dapat di bawa kemana mana dengan versi yang baru yaitu dapat melakukan komunikasi dengan bertelepon dan *short message service* (sms) yaitu pesan singkat yang dapat di kirim dari satu ke yang lainnya melalui telepon seluler. Majunya masa ke masaa munculah telepon seluler yang mempunyai fasilitas, dengan adanya radio, kemudian camera dan sampai pada akhirnya dapat mengakses sambungan internet.

Di era transformasi *smartphone* menjadi salah satu kebutuhan masyarakat mulai dari orang tua, remaja maupun anak-anak, dengan kecanggihan fitur *smartphone* saat ini menjadi suatu kemudahan bagi pengguna untuk melancarkan rutinitasnya dan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. karena dengan kemudahan menggunakan fitur dan cara mengoprasikanya pada *smartphone* membuat perilaku serta pola pikir masyarakat berubah, masyarakat yang lebih konsumtif karena dengan banyaknya aplikasi yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat mulai dari hal yang kecil sampai kebutuhan yang tinggi pun ada,

dan hal ini mempermudah para masyarakat untuk memilih serta memilah produk mana yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Masyarakat yang selalu update dengan perkembangan serta mengikuti trending yang ada, pastilah ingin mempunyai barang atau produk yang saat itu menjadi trend, salah satunya *smartphone*, orang yang memahami tentang teknologi pastilah akan berlomba lomba ketika produsen meluncurkan *smartphone* dengan fitur –fitur terbarunya. Hal ini menjadi salah satu faktor bagi produsen untuk selalu berinovasi dan selalu mengikuti perkembangan serta memenuhi keinginan para konsumen.

Persaingan bisnis yang semakin ketat seperti sekarang, menjadikan produsen untuk memikirkan berbagai cara untuk berinovasi dalam memproduksi produknya, dengan memahami kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah dan mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Untuk menarik minat beli konsumen di butuhkan pengaruh keunggulan kualitas produk yang bermutu, kepercayaan yang tinggi, serta dari rekomendasi yang kuat hal ini di lakukan oleh produsen untuk menarik perhatian para konsumen agar menciptakan pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian mempunyai peranan penting bagi perusahaan untuk mengetahui tingkat penjualannya. Menurut harmani (2008) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses dalam mengevaluaiasi produk satu dengan yang lain dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian juga mempunyai aspek yang dapat

menimbulkan konsumen memilih produk yaitu rekomendasi dari seseorang atau biasanya di sebut dengan Word Of Mouth.

Perilaku konsumen yang mendasari untuk membuat keputusan pembelian yaitu Word Of Mouth menjadi sebuah pertimbangan seseorang dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Kottler dan Keller (2009) word of mouth merupakan sebuah komunikasi antara satu orang dengan yang lain melalui media surat atau langsung mengenai berbagai hal keunggulan dan pengalaman seseorang di dalam menggunakan barang atau jasa tersebut. Word of Mouth mempunyai peranan dalam persepsi seorang yang menimbulkan konsumen memilih produk serta memberi kepercayaan dari produk tersebut.

Selain itu, Kepercayaan menjadi pertimbangan seseorang ketika membeli suatu produk. Kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan kehandalan dan integrasi pihak yang lain (Suhardi 2006:51). Hal ini sesuai dengan penelitian oleh fianto (2014) yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan seseorang di timbulkan dari beberapa aspek di antaranya kualitas produk.

Konsumen memperhatikan Kualitas produk karena memiliki peranan penting yang di rasakan oleh konsumen yang menimbulkan kepuasan dan loyalitas. Menurut wendy van Rijswijk (2006) bahwasanya persepsi konsumen yang berdampak positif terhadap kualitas produk tersebut maka

akan berdampak positif pula di dalam memilih keputusan pembelian. menurut (Kolter dan Armstrong 2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan sebuah fungsi, meliputi berbagai hal yaitu daya tahan, keandalan, ketepatan serta kemudahan operasi dan perbaikan beserta atribut yang bernilai lainnya.

Perlunya pemasaran *smartphone* yaitu merupakan sebuah upaya dari perusahaan untuk menginformasikan dan mempromosikan kepada calon konsumen mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan produk yang mereka jual, seperti menginformasikan dari spesifikasi *smartphone*, fitur-fitur, kualitas, harga dan lain sebagainya, hal ini adalah upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk.

Apa yang mendasari penelitian ini dilakukan karena *smartphone* saat ini menjadi produk unggulan dan banyak dicari oleh konsumen serta *smartphone* menjadi peran penting di kehidupan zaman sekarang yang mana *smartphone* dibutuhkan oleh banyak masyarakat dengan berbagai golongan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*” (kasus pada pengguna *smartphone* di Boyolali).

## **B. Rumusan masalah**

Banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di antaranya adalah kepercayaan, kualitas produk dan *Word Of Mouth* berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat di rumuskan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh variabel *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian smartphone?
2. Apakah terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian smartphone?
3. Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang di lakukan oleh penulis adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian smartphone
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian smartphone
3. Untuk menganalisis Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone

#### **D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti
  - a. Menambah pengetahuan serta wawasan agar dapat berfikir kritis dan dapat menghadapi permasalahan yang ada.
  - b. Menambah wawasan penulis dalam hal kepercayaan, kualitas produk dan word of mouth yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam pembelian.
  - c. Menambah pengetahuan teori-teori dan implementasi yang di peroleh selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan.
  - a. Sebagai informasi kepada perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian.
  - b. Sebagai informasi perusahaan dalam pengembangan strategi dalam menghadapi persaingan pasar.
  - c. Sebagai pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui wujud variabel yang mempengaruhinya.
3. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Sebagai sarana penambah informasi bacaan serta meningkatkan pengetahuan mengenai, pengaruh Word Of Mouth, Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.

## **E.Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas serta tidak menyimpang dari pokok pemasaran yang dibahas, secara sistematis susunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan pengertian dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran teoritis, pengujian hipotesis, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, sumber data metode pengumpulan data, instrument penelitian serta metode analisis data.

### **BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan objek penelitian dan pembahasan hasil analisis data

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini, akan menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut