

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang penelitian**

Dalam perkembangan teknologi yang semakin pesat, alat komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat dan perkembangan tersebut menimbulkan persaingan yang semakin ketat untuk merebut pasar konsumen sehingga produsen Samsung harus lebih berinovatif dalam menciptakan maupun mengembangkan produk yang akan ditawarkan ke pasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa jenis alat komunikasi yang beredar dipasaran adalah seperti telepon rumah, *smartphone*, *notebook*, dan lain-lain. Salah satu penggunaan alat komunikasi yang cenderung diminati oleh masyarakat adalah *smartphone* karena *smartphone* mempunyai fitur yang lebih banyak dan lebih canggih dari *handphone*, terutama dalam hal koneksi internet. *Smartphone* digunakan untuk mempermudah pengguna untuk menukar informasi antara masing-masing individu.

*Smartphone* tidak hanya dapat digunakan untuk menelepon maupun mengirim pesan singkat, melainkan dapat digunakan untuk *chatting* (*instant messaging*: *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain), *e-mail*, *Video call*, *browsing*, mendengarkan musik, membuka aplikasi bisnis ataupun bermain *game*. Dengan bentuk barangnya yang kecil, mudah dibawa dan memiliki aplikasi yang lengkap maka *smartphone* merupakan salah satu pilihan yang tepat bagi masyarakat.

Kemajuan teknologi yang semakin canggih dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam mendapatkan informasi. Saat ini semua informasi yang ada dibelahan dunia mudah tersebar ke seluruh penjuru dunia dengan menggunakan teknologi jaringan yang memanfaatkan sistem internet untuk membuat manusia dengan mudah dan cepat memperoleh suatu informasi. Teknologi mempunyai hubungan yang erat dengan internet karena aplikasi yang ada di *smartphone* harus diakses dengan menggunakan internet seperti *facebook*, *whatsapp*, *line*, *instagram*, dan lain-lain.

*Smartphone* digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat salah satunya adalah kebutuhan berbelanja *online*. Berbagai situs belanja dapat diakses dengan cepat dan mudah lewat *smartphone*. Dengan pemanfaatan belanja *online*, hemat waktu sekaligus tidak memerlukan pengorbanan yang lainnya. Disisi lain, permainan digital merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk menghibur seseorang. Berbagai macam aplikasi hiburan gratisan yang dapat diunduh secara gratis maupun membayar yang dapat menambah lengkap sarana hiburan pada *smartphone*. Manfaat tersebut dapat membuat seseorang akan ketergantungan terhadap pemakaian *smartphone* yang semakin meningkat.

Melalui manfaat yang ditawarkan oleh *smartphone*, permintaan masyarakat terhadap *smartphone* semakin meningkat tajam, sehingga membuka suatu peluang bisnis bagi pengusaha untuk lebih inovatif. Salah satu produsen *smartphone* yang disegani saat ini adalah Samsung yang berasal dari korea. Saat ini Samsung dikenal sebagai produsen *smartphone* yang terbesar di dunia. Namun, perjalanan

Samsung untuk menjadi produsen *smartphone* terbesar di dunia membutuhkan waktu yang lama.

Sebagian besar konsumen sebelum menentukan produk apa yang akan dibeli, mereka akan melihat dari mana asal negara produk tersebut. Samsung mengacu pada negara asalnya yaitu Korea Selatan. Ini menyebabkan sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki kesan yang baik bahwa Korea Selatan merupakan negara maju dalam bidang teknologi sehingga *smartphone* Samsung yang ditawarkan dipasaran secara otomatis dimata masyarakat Indonesia mempunyai kualitas yang sudah terbukti. Merek-merek yang berasal dari negara yang memiliki citra yang baik, pada umumnya lebih mudah diterima oleh kalangan masyarakat Indonesia karena masyarakat Indonesia lebih suka menggunakan produk luar negeri daripada produk dalam negeri.

Minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2009: 137). Untuk menarik minat beli konsumen, produsen harus mempunyai strategi dalam pemasaran yang dapat mewujudkan harapan konsumen untuk memenuhi sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen seperti kualitas produk, harga dan promosi.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Konsumen membeli produk tersebut bukan karena fisik produk, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut. Wujud fisik dari produk sangat

penting perannya dalam pemasaran, maka perlu diusahakan agar produk tersebut mempunyai penampilan, gaya dan warna dengan ukuran yang tepat (Assauri, 2010: 201). Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 2008: 95). Kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012: 283 dalam Putri, 2015: 42).

*Smartphone* Samsung banyak dicari konsumen karena banyak faktor diantaranya, spesifikasi dan fitur setiap *smartphone* samsung selalu *update* untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan. Produk Samsung tahan lama dan tidak mudah rusak seperti *smartphone* lainnya, maka keunggulan tersebut membuat masyarakat lebih memilih produk Samsung. Desain *smartphone* Samsung selalu elegan, terlihat mewah, *up to date* di bidang teknologi modern dan juga spesifikasi maupun fitur-fitur yang lengkap dan lebih canggih diberikan untuk mengikuti perkembangan teknologi. Samsung juga memberikan garansi terhadap produknya selama waktu eksklusif biasanya selama satu tahun sejak

pembelian. Dengan adanya garansi ini, akan memberikan keamanan tersendiri bagi penggunaannya apabila terjadi kerusakan-kerusakan tertentu.

Selain beberapa keunggulan yang dimilikinya, *smartphone* Samsung juga memiliki kekurangan seperti *smartphone* Samsung tidak bisa mengunduh terlalu banyak aplikasi atau program yang tersedia di *playstore* ataupun di *Galaxy Apps*. Jika terlalu banyak aplikasi atau program, akses *smartphone* Samsung akan menjadi semakin lambat maka pengguna harus membeli *memory card* sebagai cadangan kapasitas penyimpanan data yang ingin disimpan oleh pengguna.

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011: 169). Harga juga mempunyai peranan penting dalam strategi pemasaran karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam *share pasar* perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen (Assauri, 2010: 223-224).

Produsen Samsung menganalisis kondisi pasar terlebih dahulu sebelum menetapkan harga pada produk Samsung yang akan diluncurkan agar tidak

mengalami kerugian yang besar sehingga harga *smartphone* Samsung bervariasi karena menetapkan harga sesuai dengan tingkat kualitas masing-masing produk tersebut. Samsung menawarkan produk maupun harga yang bervariasi dipasaran untuk menciptakan daya beli dan kemampuan konsumen untuk semua kalangan masyarakat dari kelas ekonomi yang keatas, menengah maupun golongan bawah.

Keberhasilan *smartphone* Samsung dapat dinilai dari segi promosi karena promosi dapat mempopulerkan suatu produk. Sehingga setiap perusahaan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli, agar dapat tercapai tujuan dan sasaran perusahaan. Usaha perusahaan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran disebut promosi (Assauri, 2010: 265).

Salah satu media promosi yang digunakan Samsung untuk menyampaikan informasi tentang produk adalah media periklanan (*advertising*). Periklanan adalah komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pemikiran seseorang untuk melakukan pembelian (Tjiptono, 2008: 226). Samsung mempublikasikan merek maupun produknya di media massa, mulai dari televisi, pemasangan iklan besar di papan reklame, dan lain-lain. Produsen Samsung dengan menekankan kualitas produk, menentukan harga maupun mengendalikan promosi dengan baik sehingga produk Samsung sudah terbukti dan populer dikalangan masyarakat.

**Tabel 1.1 Daftar 10 *Smartphone* yang terlaris kuartal II pada tahun 2016**

| Ranking | Merek   | Tipe                         | % pangsa pasar | Harga (Rp)  |
|---------|---------|------------------------------|----------------|-------------|
| 1       | Samsung | Galaxy J1 Mini               | 5.2            | 1.200.000,- |
| 2       | Samsung | Galaxy J2                    | 4.6            | 1.800.000,- |
| 3       | Oppo    | F1                           | 4.4            | 3.600.000,- |
| 4       | Oppo    | Neo 7                        | 4.3            | 1.800.000,- |
| 5       | Asus    | Zenfone Go X014D (4.5 inchi) | 4.0            | 1.000.000,- |
| 6       | Samsung | Galaxy J1 2016               | 3.6            | 1.600.000,- |
| 7       | Oppo    | F1 Plus                      | 2.9            | 5.500.000,- |
| 8       | Asus    | Zenfone Selfie               | 2.3            | 2.700.000,- |
| 9       | Samsung | Galaxy J3                    | 2.2            | 2.300.000,- |
| 10      | Samsung | Galaxy J1                    | 1.7            | 1.500.000,- |

**Sumber: Counterpoint, sep 2016**

Samsung masih merajai pasar dengan pangsa pasar 22 persen. Namun hal yang menarik, *smartphone* Samsung yang paling laku terjual di kuartal ke-II itu bukanlah dari produk premium seperti seri *Galaxy S7*. Ternyata pasar dikuasai Samsung seri J yang berkontribusi lebih dari setengah penjualan *smartphone* Samsung.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih harga *smartphone* yang berkisaran dari harga 1 juta sampai 2,5 juta. Produsen Samsung mulai menarik perhatian pengguna *smartphone* dimana produsen Samsung menawarkan produknya dengan kualitas yang bagus namun harganya terjangkau.

Beberapa keuntungan memiliki *smartphone* yang terdapat di daftar *smartphone* terlaris diatas adalah: pertama, yaitu kualitasnya sudah teruji. Ketika menjadi produk terlaris dan dipakai banyak orang, tentu banyak orang pula yang puas akan produk tersebut, tetapi juga memenuhi harapan akan harga dan pengalaman pemakaian. Seperti kita ketahui, memiliki sebuah produk tidak hanya sekedar membeli sebuah barang, namun juga kenyamanan pemakaian, kemudahan

beli, layanan purna jual, juga bebas dari kekhawatiran, termasuk saat dijual kembali.

Kedua, banyaknya aksesoris pendukung yang tersedia, seperti *casing* yang sangat beragam harga dan kualitasnya. Ketiga, *sparepart* lebih tersedia karena banyak toko yang juga menyimpan stoknya. Dalam jangka panjang, hal ini akan memudahkan penggunaan. Keempat, nilai jual bekasnya lebih stabil, karena sudah dikenal banyak orang. Kelima, lebih mudah mendapatkan solusi ketika ada masalah, karena banyak sumber yang mengetahui cara penyelesaiannya.

Dari permasalahan di atas maka penulis mengambil judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG DI KOTA BATAM”**.

## **1.2 Identifikasi masalah**

Dari latar belakang masalah diatas maka ditemukan beberapa masalah adalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan ketat antara produsen *smartphone* Samsung dengan produsen *smartphone* yang lain membuat produsen Samsung harus inovatif dalam mengembangkan produk yang akan ditawarkan ke pasar sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kualitas produk selalu diperhatikan oleh konsumen dengan membandingkan kualitas yang satu dengan kualitas merek yang lain.
3. Konsumen semakin peka terhadap harga yang membuat produsen Samsung menawarkan produknya dengan harga yang bervariasi.

4. Perusahaan besar sekalipun harus selalu melakukan promosi untuk memperkenalkan setiap seri dari produknya.
5. Kapasitas memori internal *smartphone* Samsung terbatas sehingga dapat mempengaruhi akses kerja Samsung.
6. Ketahanan dan desain *smartphone* Samsung sangat menentukan minat beli konsumen.
7. Peranan citra negara asal sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan karena dapat menentukan suatu merek dapat atau tidak diterima oleh kalangan masyarakat.

### **1.3 Pembatasan masalah**

Untuk membatasi masalah dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan difokuskan pada empat variabel yaitu: Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Minat Beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam.
2. Peneliti membatasi lokasi penelitian yang akan diuji peneliti yaitu Rudhie Cell yang terletak di Nagoya Garden Blok B No.5.
3. Peneliti membatasi populasi yang akan diteliti yaitu dari bulan Agustus sampai Oktober 2016.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

### **1.6.1 Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan.

### **1.6.2 Manfaat praktis**

#### **1. Bagi konsumen**

Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan informasi kepada konsumen dalam proses pembelian ponsel Samsung.

#### **2. Bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas dan efisien dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

#### **3. Bagi Dunia Akademis**

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.