

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini kemajuan teknologi saat ini sangat berkembang pesat dan membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut mencakup banyak hal serta merambah berbagai aspek kehidupan, mulai dari bisnis hingga pendidikan. Pada prinsipnya teknologi ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kesehariannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Namun dari segala efek positif yang diterima oleh manusia terdapat pula berbagai efek negatif, baik secara fisik dan mental.

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dewasa ini menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan baru bermunculan dan menawarkan berbagai macam produk yang sangat bervariasi. Para produsen juga semakin kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya.

Handphone merupakan salah satu dari perkembangan teknologi. Dengan kecanggihan teknologi saat ini, fungsi *handphone* tidak hanya sebatas alat komunikasi saja, tetapi masyarakat juga bisa mengakses internet, SMS, berfoto dan juga saling mengirim data, yang dikenal sebagai *smartphone*. Dampak yang ditimbulkan dari *smartphone* mungkin tidak kita sadari sama sekali, selain dampak positif yang kita dapatkan terdapat juga dampak negatif sebagai akibat dari penggunaan *smartphone* yang berlebihan.

Pertumbuhan bisnis *smartphone* semakin pesat di Indonesia, bahkan sekarang *smartphone* sangat mudah ditemui di pasaran dengan fitur-fitur canggih dan harga yang sangat terjangkau. Karena kebutuhan masyarakat akan informasi yang sangat tinggi dan *up to date*, masyarakat membutuhkan suatu alat yang praktis dan mudah di bawa kemana saja untuk berkomunikasi dan mengakses informasi yang dibutuhkan.



Sumber : Ade Wahyudi, 2017

Gambar 1.1

Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Menurut gambar 1.1 pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat di tiap tahunnya sekitar 30% dan diprediksikan Indonesia akan menembus angka 100 juta dan Indonesia akan menjadi negara peringkat keempat dunia sebagai negara pengguna *smartphone* terbanyak salah satunya adalah *smartphone* merek Samsung.

Tabel 1.1
Data Penjualan dan *Market Share* Smartphone 1Q16 – 1Q17

No	Vendor	1Q16 Shipment Volume	1Q16 Market Share	1Q17 Shipment Volume	1Q17 Market Share	Year over - Year Change
1	Samsung	79.2	23.8%	79.2	22.8%	0.0%
2	Apple	51.2	15.4%	51.6	14.9%	0.8%
3	Huawei	28.1	8.4%	34.2	9.8%	21.7%
4	OPPO	19.7	5.9%	25.6	7.4%	29.8%
5	VIVO	14.6	4.4%	18.1	5.2%	23.6%
	Others	140.0	42.1%	138.7	39.9%	-1,0%
	Total	332.9	100%	347.4	100%	4.3%

Sumber: Gartner, 2017

Berdasarkan tabel diatas, terlihat penurunan market share pada vendor Samsung yang disebabkan oleh vendor pendatang baru yang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut merupakan masalah bagi Samsung, sehingga perlu adanya pemecahan masalah agar masalah tersebut dapat diatasi.

Tabel 1.2
Top Brand Teens Index Kategori IT Smartphone 2014-2017

Merek	2014		2015		2016		2017	
	TBI	Rank	TBI	Rank	TBI	Rank	TBI	Rank
Samsung	21,70%	2	43,20%	1	47,30%	1	38,20%	1
Iphone	14,30%	3	13,90%	2	17,40%	2	15%	2
Oppo	-	-	3,80%	5	6,10%	5	9,50%	3
Nokia	6,40%	4	5,20%	4	-	-	-	-
Blackberry	43,60%	1	10,60%	3	-	-	-	-
Asus	-	-	-	-	6,70%	3	7,10%	4
Lenovo	-	-	-	-	6,10%	4	5,60%	5

Sumber : Data Olahan Peneliti (<http://www.topbrand-award.com>) diakses 30 Oktober 2017

Berdasarkan data tabel Top Brand Teens Index 1.1 diatas produk *smartphone* Samsung langsung melesat ke peringkat pertama seusa kejayaan blackberry yang berakhir di tahun 2014, namun mengalami penurunan di tahun 2017 dikarenakan adanya produk dari *Smartphone* Samsung yang dinilai gagal yaitu pada produk Galaxy Note 7 pada akhir 2016. Kegagalan produk ini mengakibatkan krisis kepercayaan konsumen terhadap merek Samsung. Hal ini

ditunjukkan dari penurunan hasil survey citra merek produk Samsung pada 2017 yang dilakukan oleh top brand index.

Pertimbangan konsumen dalam menilai citra merek dapat diukur dengan kesan positif pada bidangnya, reputasi tinggi dan keunggulan mudah dikenali.

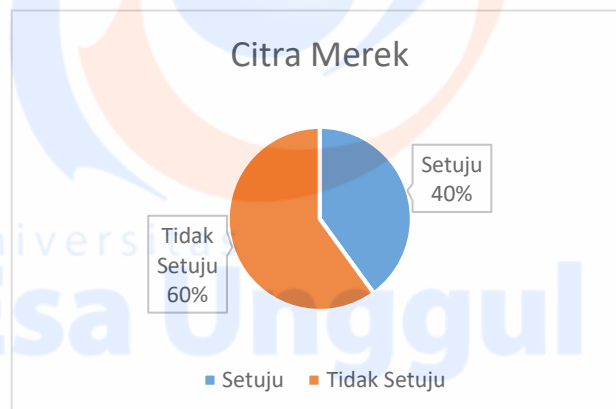
Tabel 1.3
Daftar Harga *Smartphone* tahun 2017

Samsung	Harga	OPPO	Harga	VIVO	Harga
J2 Prime	1599000	A37	1999000	Y53	1899000
J3 Pro	2399000	A71	2299000	Y65	2599000
J7 Core	2499000			Y69	2999000
J5 Pro	3390000	F5 Youth	3599000	V7	3599000
J7 Plus	4999000	F5 Pro	4999000	V7+	4299000

Sumber : Data olahan peneliti, tahun 2017

Dapat dilihat dari tabel harga diatas bahwa selain merek terbaik yang harganya tinggi, Samsung juga mengeluarkan produk atau jenis yang setipe dengan harga yang bersaing dan bahkan lebih murah dari para pendatang baru.

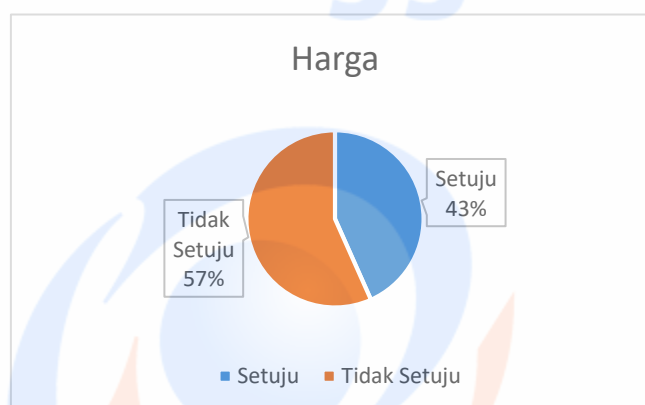
Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk merangsang respon pasar yang lebih kuat. Harga produk yang bersaing diharapkan dapat mendorong keinginan konsumen untuk meninggalkan produk pesaing. Banyak orang tertarik pada suatu produk karena produk tersebut menawarkan manfaat yang lebih dari produk lainnya. Samsung hadir dengan harga yang bersaing namun dengan kualitas produk yang baik sehingga diharapkan mampu menarik pembeli dan menjadi konsumen yang setia. Serta beragam promosi untuk menjadikan produknya menjadi yang pertama dibandingkan para pesaingnya.



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2018

Gambar 1.1
Hasil Pra Survey Citra Merek

Berdasarkan dari hasil pra survey yang dilakukan kepada 30 responden tentang citra merek *Smartphone* Samsung, menunjukkan bahwa 40% (12 responden) diantaranya menyatakan setuju bahwa citra merek *Smartphone* Samsung sudah tidak perlu diragukan lagi sedangkan ada 60% (18 responden) yang menyatakan tidak setuju bahwa citra merek *Smartphone* Samsung sudah tidak perlu diragukan lagi. Hal ini dikarenakan penarikan Galaxy Note 7 dari pasaran pasca insiden meledaknya sejumlah Galaxy Note 7, menyebabkan citra merek Samsung mengalami penurunan.



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2018

Gambar 1.2
Hasil Pra Survey Harga

Berdasarkan dari hasil pra survey yang dilakukan kepada 30 responden tentang harga *Smartphone* Samsung, menunjukkan bahwa 43% (13 responden) menyatakan setuju bahwa harga yang diberikan *Smartphone* Samsung sudah sesuai dengan *output* yang dihasilkan, sedangkan ada 57% (17 responden) menyatakan tidak setuju bahwa harga yang diberikan *Smartphone* Samsung sudah sesuai dengan *output* yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan masih ada produk *Smartphone* Samsung yang belum memuaskan namun harganya cukup tinggi.

Berdasarkan analisis dan uraian diatas, maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Di ITC Roxy Mas Jakarta Barat)”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas:

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Adanya krisis kepercayaan konsumen terhadap citra merek Samsung yang diakibatkan oleh produk Galaxy Note 7 yang dianggap gagal pada akhir 2016. Hal ini dapat dilihat dari penurunan persentase pada survey yang dilakukan oleh Top Brand Index Teens
2. Harga rendah dan bersaing yang ditawarkan para pendatang baru membuat perusahaan harus mawas diri dan melakukan berbagai inovasi baru agar dapat mempertahankan pelanggan setianya.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi masalah hanya sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini hanya sejauh mana citra merek dan harga mempengaruhi keputusan pembelian pada *smartphone* merek Samsung.
2. Sumber informasi penelitian ini diambil dan dilakukan di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat

1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat?
4. Apakah pengaruh harga paling dominan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat.

2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh harga paling dominan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di ITC Roxy Mas, Jakarta Barat.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang pemasaran, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak produsen / perusahaan untuk menentukan kebijakan perusahaan khususnya strategi pemasarannya dan bagi pihak lain hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.