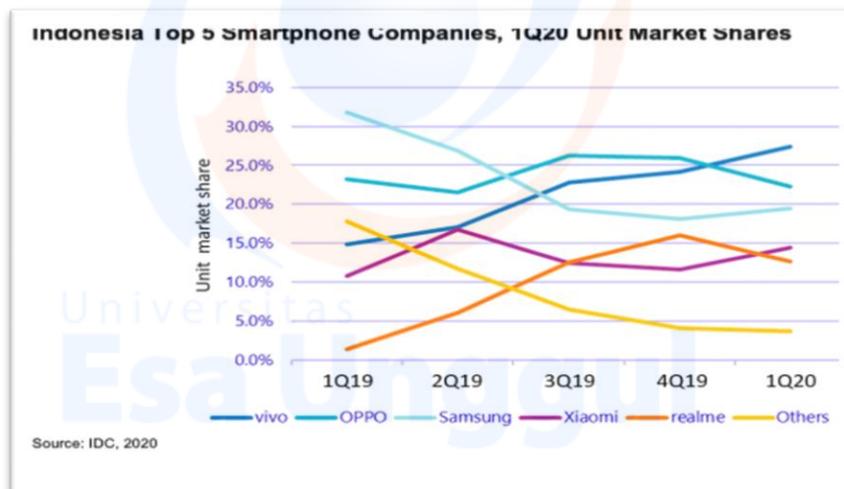


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan era globalisasi manusia semakin lama semakin dituntut untuk melakukan pertukaran informasi antar daerah maupun antar Negara dengan cepat yang membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting sehingga informasi dapat berjalan dengan cepat terutama pada saat munculnya smartphone android.

Smartphone dunia selalu mengikuti perkembangan zaman semakin maju dan dari tahun ke tahun terjadi persaingan ditekhnologi ini da nada beberapa merek yang hingga saat ini menguasai dunia seperti Vivo, Samsung, Oppo, Xiaomi, Realme. Berikut ini merupakan hasil survey yang diterbitkan oleh IDC tahun 2019 dan 2020. Hasil survey yang telah diterbitkan adalah sebagai berikut :



Sumber : IDC 2020

Gambar 1.1
Pengguna Smartphone Tahun 2020

Berdasarkan data pada gambar 1.1 survey di atas yang telah dilakukan oleh IDC memperlihatkan 5 besar brand smartphone yang paling banyak digunakan di Indonesia. Posisi pertama ditempati oleh Vivo dengan market share sebanyak 27,5 % , kemudian diikuti oleh Oppo yang memiliki market share sebanyak 22,5 % , diposisi ketiga ditempati oleh Samsung dengan market share 19,5 % , kemudian di ikuti oleh Xiaomi

dengan market share sebanyak 15%, dan posisi terakhir diisi oleh brand pendatang yaitu realme dengan market share sebanyak 14,7 %.

Xiaomi sendiri merupakan brand smartphone asal Tiongkok yang kantornya berpusat di Beijing, China. Pesaing terdekat Xiaomi sendiri yaitu Huawei dan Oppo. Dari pesaing terdekatnya Xiaomi mampu bersaing dari jumlah pengguna yang ada di Indonesia. Kemampuan tersebut tidak lepas dari harga, merek yang sudah dikenal serta memiliki kualitas terbaik yang selalu dihadirkan oleh Xiaomi sendiri terutama untuk varian Xiaomi MI10T yang telah digadag-gadag oleh xiaomi sendiri merupakan Flashgip Killer.

Xiaomi MI10T menghadirkan chipset kelas premium yang merupakan otak dari sebuah smartphone dan keunggulan lainnya seperti layarnya yang super luas yang memiliki dimensi layar 6,67 inch yang dilengkapi refresh rate 144Hz dan memiliki kapasitas baterai 5000mAh yang menjadikan Xiaomi MI10T menjadi Smartphone kelas Premium namun memiliki harga kelas menengah.

Di Indonesia sendiri para pengguna Xiaomi memiliki sifat untuk merenkomendasikan serta berbagi pengalaman mereka yang telah menggunakan smartphone xiaomi baik itu pengalaman menyenangkan maupun tidak menyenangkan. Hal ini dikenal sebagai *word of mouth* atau WOM. WOM sendiri memiliki pengaruh yang sangat besar kepada calon pembeli karena informasi yang didapat dianggap nyata serta jujur, calon pembeli rata-rata lebih mempercayai informasi tentang produk yang akan mereka beli melalui apa yang mereka dengar dari teman ataupun orang terdekat yang lebih berpengalaman terhadap suatu produk dibandingkan dengan informasi melalui iklan.

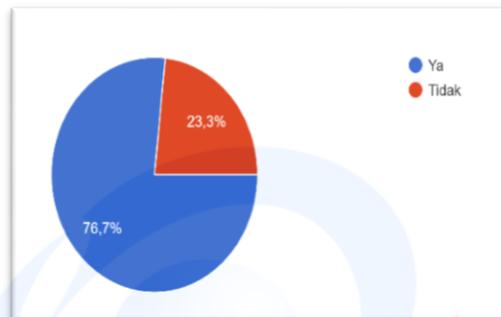
Melalui informasi yang diterima baik itu dari teman ataupun kerabat tentang kualitas produk dari smartphone Xiaomi MI10T hal itu dapat mempengaruhi minat beli seseorang yang akan membeli smartphone yang sedang dibutuhkan.

Kotler & Armstrong (2012), kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama bagi pemasar. Dan kemudian Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu.

Harga menurut Kotler & Armstrong (2012), adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.

Menurut Simamora (2002), minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Dengan demikian peneliti melakukan *pra-survey* terhadap minat beli smartphone Xiaomi khususnya untuk varian MI10T dengan melibatkan 30 responden yang peneliti temui pada mahasiswa yang ada di Universitas Esa Unggul, maka di peroleh data sebagai berikut :

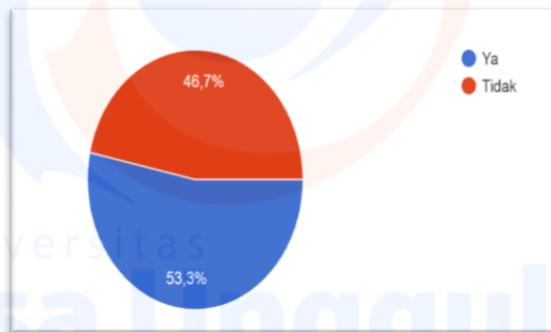


Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.2

Data Pra-survey Word Of Mouth

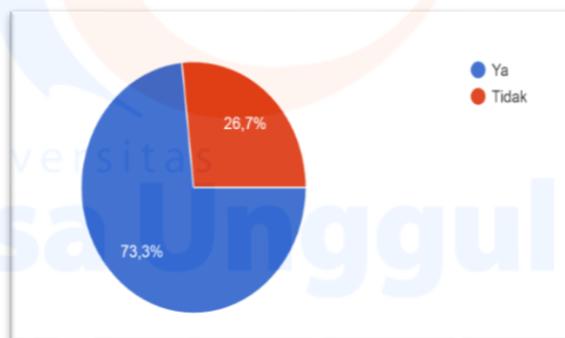
Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah Anda Telah Mendapatkan Informasi serta rekomendasi tentang smartphone Xiaomi MI10T melalui Teman ataupun orang terdekat”, hasil pra-survey menunjukkan bahwa sebagian responden 7 orang (23,3%) menyatakan “Tidak” mendapatkan rekomendasi serta informasi terkait smartphone Xiaomi MI10T. Sedangkan 23 orang (76,7%) menyatakan “Ya” bahwa telah mendapatkan rekomendasi dari teman ataupun orang terdekat terkait smartphone Xiaomi MI10T. Dari hasil pra-survey ada beberapa alasan seseorang yang tidak mendapatkan rekomendasi ataupun informasi terkait Xiaomi MI10T. Hal tersebut dikarenakan teman maupun orang terdekat mereka tidak ada yang menggunakan Xiaomi MI10T.



Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.3
Data Pra-Survey Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah Serian dari MI10T yang memiliki chipset sama seperti Smartphone flashghip memiliki kualitas terbaik di kelasnya” hasil pra-survey menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang (53,3%) menyatakan “Ya” menganggap bahwa serian MI10T memiliki kualitas chipset terbaik dikelasnya. Dan sebanyak 14 orang (46,7%) Menyatakan “Tidak” Menganggap bahwa masih ada chipset yang memiliki kualitas yang lebih baik daripada serian MI10T.

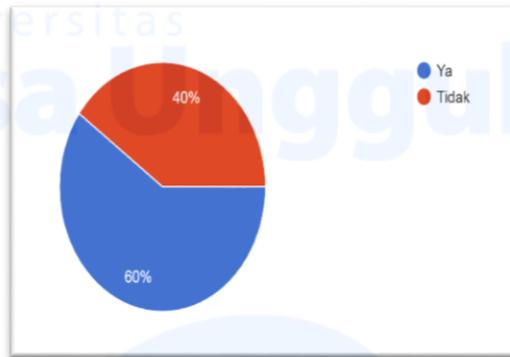


Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.4
Data Pra-Survey Harga

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah dengan harga yang diberikan oleh smartphone xiaomi khususnya varian MI10T terjangkau bagi masyarakat dengan segala fitur yang telah diberikan smartphone tersebut”, hasil pra-survey menunjukkan bahwa 22 orang (73,3%) menyatakan “Ya” bahwa harga yang diberikan oleh Xiaomi khususnya untuk varian

MI10T itu sangat worth it karena memberikan pengalaman memiliki smartphone kelas premium dan sebanyak 8 orang (26,7%) menyatakan “Tidak” bahwa harga yang diberikan masih terbilang mahal bagi kalangan masyarakat kelurahan kapuk.



Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.5
Data Pra-Survey Minat Beli

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah Smartphone Xiaomi khususnya varian MI10T sesuai dengan apa yang sedang saya butuhkan saat ini”, hasil pra-survey menunjukkan bahwa 18 orang (60%) menyatakan”Ya” bahwa mereka membutuhkan smartphone dengan harga menengah namun memiliki kualitas yang cukup baik. Dan 12 orang (40%) menyatakan “Tidak” bahwa mereka masih menganggap bahwa mereka sudah memiliki smartphone yang mereka butuhkan dan kemudian ada alasan lain seperti masih mahalnya harga yang diberikan oleh pihak Xiaomi.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dibahas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi MI10T Di Kelurahan Kapuk”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya masalah terkait informasi tentang penggunaan smartphone xiaomi MI10T yang diterima oleh seseorang terkait kekurangan smartphone tersebut.

2. Adanya keluhan mengenai desain dari Xiaomi MI10T terkait dengan bobot dari smartphone tersebut yang dinilai konsumen sangat berat dan menyebabkan ketidaknyamanan pada saat digunakan.
3. Adanya masalah terhadap persepsi konsumen masih menganggap bahwa kualitas dari Xiaomi itu tidak lebih baik daripada para pesaingnya.
4. Adanya masalah terhadap harga jual dari serian Xiaomi MI10T yang dinilai oleh sebagian konsumen masih dianggap terlalu mahal dan mengakibatkan konsumen merubah keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang terpapar diatas di peroleh gambaran permasalahan yang begitu luas. Sedangkan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah *Word Of Mouth* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Minat Beli (Y1) pada penjualan smartphone Xiaomi MI10T.

1.4 Rumusan Masalah

Pada latar belakang diatas dijelaskan bahwa yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana konsumen memiliki keputusan pembelian terhadap penjualan produk Xiaomi MI10T, dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang berpengaruh seperti *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga. Hal inilah yang akhirnya menjadi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga secara bersamaan terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T?
2. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T?
4. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Harga secara bersamaan terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T.

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli produk smartphone Xiaomi MI10T.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk smartphone Xiaomi MI10T.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Minat Beli produk smartphone Xiaomi MI10T.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan akan mampu memberikan manfaat bagi banyak pihak dan memberi sebuah kegunaan, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktikkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah ilmu pengetahuan secara praktis mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat untuk dijadikan bahan pertimbangan perusahaan guna sebagai pengembangan serta evaluasi tambahan terhadap produk yang telah dijual dipasaran dan juga untuk mengetahui bagaimana peranan *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya terhadap ilmu manajemen pemasaran serta dapat meningkatkan pemahaman tentang Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada produk smartphone Xiaomi MI10T.