

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era perkembangan teknologi ini ponsel tidak sekedar memiliki fungsi komunikasi saja tetapi juga dapat mengakses situs internet. Dalam kaitannya dengan perekonomian, ini merupakan peluang industri telekomunikasi untuk menciptakan suatu ponsel yang berfungsi untuk komunikasi sekaligus dapat mengakses internet. Hal ini di manfaatkan oleh beberapa produsen ponsel dalam menciptakan ponsel pintar yang lebih di kenal dengan sebutan '*Smartphone*'. Banyak produsen telepon genggam berbondong-bondong menciptakan *smartphone* yang memiliki fitur canggih yang di inginkan dan dapat memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat. Perkembangan *smartphone* di indonesia bahkan di dunia pun semakin pesat. Bebarapa produsen *smartphone* mampu membuat ponsel yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat.

Di Indonesia, samsung merupakan salah satu merek *smartphone* yang belakangan ini menghipnotis banyak masyarakat dengan keunggulan dan kelebihanannya. Terbukti dalam 2-3 tahun terakhir *smartphone* tersebut bisa di bilang telah 'merajai' pasar gadget di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan kepekaan masyarakat terhadap gadget canggih tersebut sangat tinggi. Sebelumnya, *smartphone* merek blackberry yang menjadi "primadona"

bagi sebagian masyarakat di Indonesia namun saat ini Samsung telah menggeser kedudukan blackberry yang sempat booming di masyarakat sebagai satu-satunya smartphone yang memiliki keunggulan fitur Blackberry Messenger. Samsung pun tak mau kalah, ponsel tersebut memiliki lebih banyak fitur dan aplikasi-aplikasi yang dapat menghibur dengan keunggulan OS *android*.

PT Samsung Electronic Indonesia, produsen berbagai produk elektronik merek Samsung telah menguasai pasar penjualan ponsel, tablet, dan android di pasar nasional. Gartner mencatat Samsung masih menjadi produsen ponsel pintar terbesar di dunia termasuk di Indonesia. Pangsa pasar perusahaan asal korea ini mencapai 31,7% naik dari 29,7% pada kuartal 2012. Produsen ponsel pintar terbesar kedua ditempati oleh Apple. Namun pangsa pasar Iphone yang memakai operasi iOS harus mengalami penurunan menjadi 14,2% dari 18,2% pada kuartal kedua tahun 2012. Setelah Samsung dan Apple, produsen lain yang menempati posisi tiga, empat, dan lima adalah LG dengan pangsa pasar 5,1%, Lenovo 4,7% dan ZTE 4,3%.¹

Dapat kita lihat pada tabel berikut :

¹ <http://www.tekno.kompas.com.ponsel.pintar.berkuasa.samsung.dan.android.memimpin>

Tabel 1.1 *Market Share Smartphone Android in 2012* (Thousand of Units)

| Company | Unit | Market Share |
|----------------|----------------|---------------------|
| Samsung | 45.503 | 29.7% |
| Apple | 28.935 | 18.8% |
| LG | 5.827 | 3.8% |
| Lenovo | 4.370 | 2.8% |
| ZTE | 6.331 | 4.1% |
| Others | 62.704 | 40.8 |
| Total | 153.772 | 100.0% |

Sumber : Gartner (Agustus 2013)

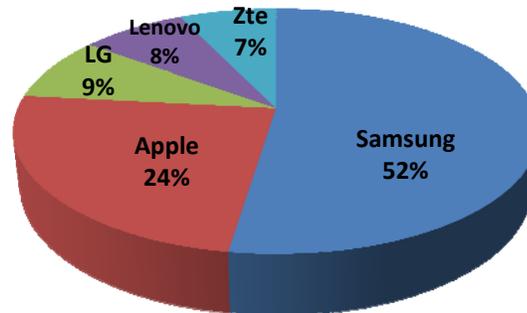
Tabel 1.2 *Market Share Smartphone Android in 2013* (Thousand of Units)

| Company | Unit | Market Share |
|----------------|------------------|---------------------|
| Samsung | 71.380 | 31,7 % |
| Apple | 31.899 | 14,7 % |
| LG | 11.473 | 5,1 % |
| Lenovo | 10.671 | 4,7 % |
| ZTE | 9.687 | 4,3 % |
| Others | 225.326 | 40 % |
| Total | 225.326.2 | 100 |

Sumber : Gartner (Agustus 2013)

Dapat dilihat dari kedua tabel *market share* diatas terlihat peningkatan penjualan produk Samsung Galaxy Series dibanding produk *android* lainnya dari tahun 2012 hingga pada tahun 2013. Berikut penulis sajikan juga dalam bentuk grafik diagram :

Pangsa Pasar smartphone Android Tahun 2013



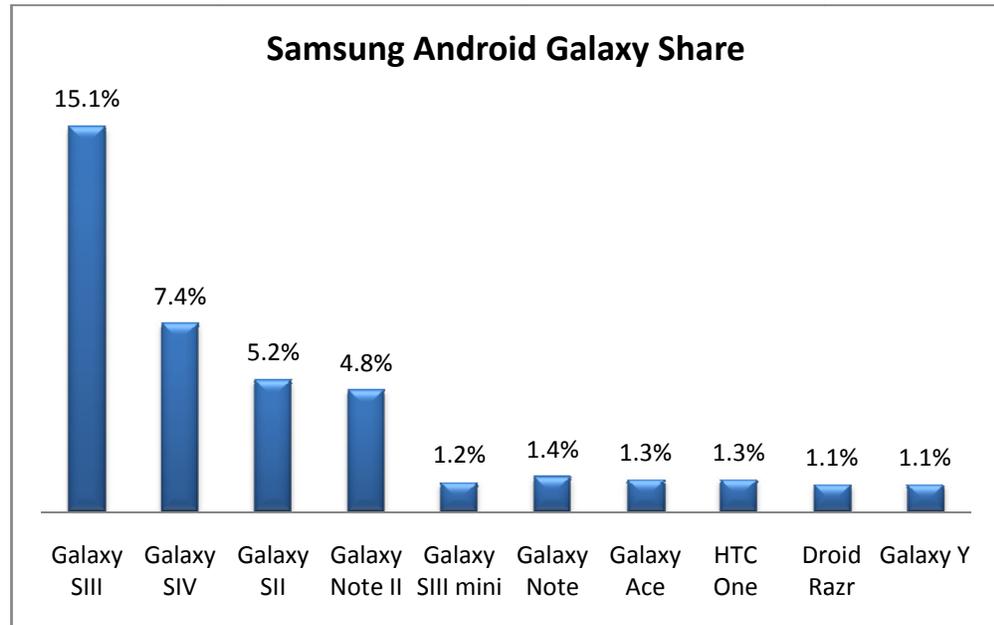
Sumber : Gartners (Agustus 2013)

Gambar 1.1

Piechart Pangsa Pasar smartphone Android 2013

Data terbaru dari *Localystik* memperkirakan, Samsung memiliki pangsa pasar global sebesar 63% dari semua perangkat Android yang ada. Angka itu membuat Samsung memimpin hampir dua kali lipat dari pangsa pasar gabungan yang dimiliki oleh HTC, LG, Sony, Motorola dan berbagai vendor lain. Secara gabungan mereka hanya memiliki pangsa pasar sebesar 37%. Menurut *Localystik*, kekuatan pasar Samsung berasal dari popularitas merek dan model smartphone nya di mata pengguna. Dari data tersebut, smartphone lawas Samsung, Galaxy III tetap menjadi yang paling populer, Galaxy S4 berada di posisi kedua².

² <http://www.jagatreview.com/2013/11/galaxy-series-makin-berkuasa-di-pasar-android>



Sumber : Data Localytics 2013

Gambar 1.2
Grafik Samsung Galaxy Share

Dari data-data di atas yang di peroleh dari Localystic dan Gartner menunjukkan bahwa pangsa pasar Samsung Android dari tahun 2012 hingga 2013 menguasai pasar gadget di dunia khususnya di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mengambil kesimpulan bahwa masyarakat lebih tertarik dengan *smartphone android* merek Samsung di banding *smarthphone android* merek lain oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *smartphone android* merek Samsung khususnya pada tipe Galaxy Series. Mengingat pentingnya faktor-faktor tersebut

sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini penulis memberi judul :

“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Series “

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Kebutuhan masyarakat terhadap internet dan gadget yang semakin tinggi.
- b. Masyarakat cenderung lebih banyak menghabiskan atau membuang waktu nya untuk bermain game yang tersedia di aplikasi hiburan dan online *social media* yang juga tersedia di dalam fitur aplikasi *social media* pada Samsung Galaxy Series.
- c. Minimnya minat masyarakat dalam penggunaan *Short Message Service* karena menggunakan banyak alternatif penyampaian pesan melalui fitur aplikasi *social media* yang ditawarkan.
- d. Beragamnya faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pembelian Samsung Galaxy Series.
- e. Banyaknya barang penyelundupan (ilegal) sejenis yang di jual sehingga banyak masyarakat yang tertarik dengan produk ilegal tersebut karena harga yang ditawarkan relative lebih murah dibanding produk legal.

2. Pembatasan Masalah

- a. Dibatasi hanya dari faktor keputusan pembelian konsumen pada Samsung Android Galaxy Series.
- b. Dibatasi hanya untuk yang sudah membeli dan menggunakan *smartphone* Samsung Android Galaxy Series.
- c. Di batasi hanya untuk produk *smartphone* Samsung Android Galaxy Series.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series?
2. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series?
3. Apakah faktor distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series?
4. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series?
5. Diantara faktor-faktor tersebut, faktor manakah yang paling mempengaruhi secara dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series?

6. Apakah terdapat kecenderungan masyarakat akan melakukan pembelian kembali atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian Samsung Galaxy Series?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series.
- c. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series.
- d. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series.
- e. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dari faktor-faktor di atas yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Series.
- f. Untuk mengetahui kecenderungan konsumen melakukan pembelian kembali atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian Samsung Galaxy Series.

E. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

hasil penelitian ini dapat menjadi masukan agar perusahaan dapat terus meningkatkan penjualan.

b. Bagi penulis

Sebagai tambahan pengalaman dan pengetahuan secara teori maupun praktek.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

sebagai referensi dan menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan Samsung Android.

F. Sistematika Penulisan

Maksud dari pembuatan sistematika ini adalah untuk memberikan gambaran yang ringkas dan jelas mengenai isi bab demi bab. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pikir penelitian, hipotesis dan hasil penelitian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis dan sumber data yang digunakan, metode analisi data dan definisi operasional variabel.

BAB IV: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Bab ini menguraikan tentang karakteristik responden yaitu para konsumen atau pihak pengguna dan pembeli produk Samsung Galaxy Series yang dimana penjelasannya berdasarkan demografi serta evaluasi tanggapan responden dan sejarah singkat perusahaan Samsung Galaxy Series.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian yang didapat dan pembahasan dari tahapan pengukuran yang dilakukan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Menyimpulkan variabel apa saja yang menjadi faktor penentu penelitian serta menyarankan tindakan bagi pihak penjual dan pihak pembeli mengenai gambaran dari hasil penelitian ini.