

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan inovasi yang sangat cepat di era globalisasi sedang berlangsung telah memberikan kontribusi besar menggapai kemajuan dalam berbagai aspek sosial. Pemanfaatan teknologi manusia di kehidupan sehari-hari sudah jadi bagian yang tidak dapat dipisahkan, kemajuan teknologi yang semakin maju berarti manusia dapat melakukan berbagai aktivitas secara bersamaan, melihat perekonomian yang sedang berjalan, gaya hidup masyarakat Indonesia pun semakin cemerlang dan cemerlang, terus memberikan perkembangan baru. Pengiklan juga harus cerdas dalam menarik perhatian pelanggan untuk mengikuti dan mengembangkan pangsa pasar buat dapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kita semua juga tahu bahwa tiap orang mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, terutama buat tampil menarik secara terbuka agar realitasnya dapat diketahui.

Salah satu teknologi yang berkembang pesat akhir-akhir ini yakni teknologi komunikasi. Di era modern ini, kita sudah tidak asing lagi dengan peralatan khusus, misalnya telepon seluler. Kehadiran telepon seluler saat ini memberikan keuntungan yang fenomenal bagi para konsumennya. Manfaat ini juga terlihat dari kemudahan berkomunikasi dalam jarak pendek dan jarak jauh, serta kecepatan berbagi dan menerima data.

Kebutuhan perlengkapan komunikasi, termasuk telepon seluler terus meningkat untuk merek tertentu. Perihal ini dipengaruhi oleh model pemanfaatan konsumen yang umumnya menginginkan surat-menyurat sederhana yang dapat

menunjang tugas sehari-hari sambil bekerja. Memang, dengan kemajuan teknologi saat ini ponsel sebenarnya mempunyai banyak kemampuan, misalnya perekam radio atau televisi, cara memutar suara, gambar, permainan, web, email, dan lain-lain. Di Indonesia banyak sekali merek ponsel menekuni bisnis ini, semacam Samsung, Apple, Nokia, Sony, Lenovo serta masih banyak lagi. Keadaan saat ini telah menimbulkan persaingan yang sangat sengit di bidang administrasi komunikasi media.

Tabel 1.1
Global Smartphone Market Share (Q1 2023-Q1 2024)
(dalam satuan Persen)

5 besar vendor smartphone	Shipment Q1 2024	Market Share Q2 2024	Shipment Q1 2023	Market Share Q2 2023	Pertumbuhan YoY
Samsung	60,1 juta unit	20,8%	60,5 juta Unit	22,5%	-0,7%
Apple	50,1 juta unit	17,3%	55,4 juta Unit	20,7%	-9,6%
Xiaomi	40,8 juta unit	14,1%	30,5 juta Unit	11,4%	33,8%
Transsion	28,5 juta unit	9,9%	15,4 juta Unit	5,7%	84,9%
Oppo	25,2 juta unit	8,7%	27,6 juta Unit	10,3%	-8,5%
Lainnya	84,7 juta unit	29,3%	79 juta Unit	29,4%	7,2%
Others	289,4 juta unit	100%	268,5 juta unit	100%	7,8%

(Sumber : Kompas.com, 2024)

Pada tabel 1.1 diatas dapat di jelaskan bahwa pasar smartphone global kuartal pada tahun 2024. Dimana peringkat pertama yaitu Samsung yang kuasai pasar smartphone dunia dengan volume pengiriman (shipment) 60,1 juta unit ponsel Galaxy ke seluruh dunia dan Samsung menguasai 20,8 persen pangsa pasar (market share). Di peringkat kedua, disusul oleh Apple dengan jumlah pengiriman

(shipment) 50,1 juta iPhone keseluruh dunia dan menguasai 17,3 persen pangsa pasar (market share). Di peringkat ketiga, ada Xiaomi dengan jumlah pengiriman 40,8 juta unit HP dan pangsa pasar (market share) 14,1 persen. Selanjutnya, ada Transsion yang mengamankan posisi keempat dengan jumlah pengiriman 28,5 juta unit HP Infinix, Tecno, dan iTel ke penjuru dunia dan pangsa pasar (market share) 84,9 persen secara YoY. Di posisi terakhir atau kelima, ada Oppo dengan jumlah pengiriman (shipment) 25,2 juta unit dan pangsa pasar (market share) 8,7 persen.

Tabel 1.2
Top Brand Smartphone di Indonesia Tahun 2023-2024

Merek	2023	2024
Iphone	12.40	14.40
Oppo	23.40	22.90
Samsung	32.90	32.70
Vivo	9.70	8.50
Xiaomi	10.60	7.60

(Sumber : *Top Brand Award, 2024*)

Pada tabel 1.2 diatas bisa dilihat ada 5 Top Brand Smartphone yang ada di indonesia saat ini seiring berjalannya waktu produk Samsung alami penurunan dalam penjualannya, dapat dilihat tabel di atas walau Samsung selalu di posisi pertama tapi setiap tahun mengalami penurunan karena banyaknya pesaing smartphone untuk saat ini yang muncul.

GF-Mobile Top 100 Jodoh Batam merupakan sebuah usaha toko handphone yang didirikan oleh Ibu Aimei pada tahun tahun 2015 dan beralamat di Plaza Top 100 Jodoh lantai dasar blok BB no.16 depan eskalator naik. Sebagai seorang wirausaha, ia bercita-cita menjadi jaringan global dalam industri

distribusi handphone dan menjadikan perusahaannya sebagai pemasok utama. Ia juga memiliki filosofi yang kuat. Untuk saat ini GF-Mobile memiliki 6 cabang dan jumlah karyawan sebanyak 18 orang yang bekerja di toko tersebut.

Hingga 80% toko seluler berlokasi di Bengkong, Batu Ampar, Nagoya, Botania, Batu Aji, Batam Center, dan Punggur, dan wilayah lainnya. Daerah-daerah ini menawarkan banyak sekali prospek bisnis dan potensi pasar.

Berikut data penjualan handphone Samsung pada GF-Mobile Top 100 Jodoh Batam 2022 yakni:

Table 1.3
Data penjualan handphone Tahun 2024

Bulan	Unit Penjualan <i>Handphone</i> Samsung
Januari	30 Unit
Februari	32 Unit
Maret	21 Unit
April	39 Unit
Mei	27 Unit
TOTAL	149 Unit

(Sumber : GF-Mobile Top 100 Jodoh Batam, 2024)

Pada tabel 1.3 diatas dapat di jelaskan, Terjadi naik turunnya perolehan penjualan yang tidak menentu. Berdasarkan pemaparan di atas, penjualan handphone Samsung di bulan Januari sebanyak 30 unit, Februari 32 unit, Maret 21 unit, April dan Mei 39 unit, dan November 27 unit. Penjualan dari Juli hingga November tidak selalu tinggi. Isu menurunnya penjualan handphone salah satunya disebabkan oleh maraknya merek-merek baru sehingga persaingan semakin ketat. Setiap bisnis yang ingin sukses dalam jangka panjang harus bisa pahami sikap konsumen di pasar sasarnya sebab kemampuan perusahaan untuk memuaskan permintaan pelanggan bergantung pada kemampuannya memahami sikap tersebut.

Ketika konsumen membuat penilaian tentang apa yang akan dibeli, faktor-faktor semacam kualitas produk, harga serta citra merek produk ikut berperan.

Keputusan pembelian adalah prosedur dimana pelanggan mengidentifikasi suatu masalah, meneliti produk tertentu, kemudian menilai potensi setiap alternatif untuk memecahkan masalah sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan penelitian Widiastuti (2020) menyatakan persepsi kualitas produk, harga serta citra merek signifikan pada keputusan pembelian. Sementara penelitian Anggraeni (2021) menyatakan persepsi kualitas produk, harga serta citra merek signifikan pada keputusan pembelian. Adapun pernyataan konsumen yang berada dilapangan menyatakan keputusan pembelian smartphone berpengaruh pada kualitas produk, harga serta citra merek dalam pengambilan keputusan pembelian.

Kualitas produk dimata konsumen adalah daya tarik unik yang dihasilkan dari pengalaman, baik yang berasal dari lokasi atau kepribadian pelanggan. Berdasarkan penelitian Siregar (2021) dan Wiranto (2022) menyatakan variabel kualitas produk berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian. Adapun pernyataan konsumen di lapangan menyebut kualitas produk juga sangat berdampak dengan keputusan pembelian.

Harga yakni salah satu faktor yang, menurut pendapat pelanggan, mempunyai pengaruh penting dalam keputusan mereka buat beli suatu barang ataupun jasa. Berdasarkan penelitian Sakurat (2020) menyatakan variabel harga tidak memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Sihotang (2020) tunjukkan hasil pada harga berdampak negatif pada keputusan pembelian. Adapun pernyataan konsumen yang berada di lapangan

yang menyatakan bahwa harga sangatlah penting dalam pertimbangan untuk suatu keputusan dalam pembelian.

Pandangan pelanggan terhadap suatu merek dibentuk oleh ingatan mereka terhadap merek tersebut. Citra merek berasal dari iklan, promosi, atau pengguna dan tidak melekat pada fitur, teknologi, atau jenis produk itu sendiri. Berdasarkan penelitian Rizki (2020) serta Radji (2022) juga membuktikan variabel citra merek berdampak positif pada keputusan pembelian. Adapun hasil dari penelitian tersebut oleh pernyataan konsumen yang ada di lapangan citra merek keputusan pembelian smartphone juga berdampak pada keputusan pembelian berarti makin bagus citra merek tersebut jadi makin tinggi keputusan pembelian konsumen dan begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan permasalahan di atas adanya penurunan penjualan smartphone samsung di toko GF-Mobile di Top 100 Jodoh Kota Batam yang disebabkan oleh munculnya pesaing merek-merek baru yang bisa pengaruhi penjualan tersebut, oleh sebab itu dari latar belakang masalah yang sudah diuraikan, penulis tertarik lakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Toko GF-Mobile Top 100 Jodoh Kota Batam”

1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber uraian latar belakang, penulis identifikasi permasalahan yakni:

1. Adanya penurunan penjualan smartphone Samsung di berbagai segmen.
2. Produk pesaing memberikan harga sesuai spesifikasi perangkat kepada konsumen yang buat citra merek Samsung menurun.

3. Adanya beberapa keluhan pada konsumen pada produk Samsung seperti, lambat dalam mengupgrade aplikasi, charger perangkat yang mudah rusak, serta lelet jikalau dimainkan dengan aplikasi berat sehingga berdampak kepada keputusan pembelian.

1.3 Perumusan Masalah

Mengingat landasan yang sudah dipahami, diambil beberapa definisi permasalahan di penelitian ini, yakni:

1. Apakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam?
2. Apakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam?
3. Apakah pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam?
4. Apakah pengaruh Kualitas pada Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan pada Pembelian Samsung di Toko Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam?

1.4 Pembatasan Masalah

Dengan pertimbangan suatu masalah yang ada, penulis batasi masalah di penelitian ini dengan fokuskan pada pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

Untuk lakukan penelitian ini terdaoat beberapa tujuan hendak di gapai penulis,

yakni:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam.
2. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam.
3. Melihat pengaruh pada Citra Merek dengan Keputusan pada Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam.
4. Melihat pengaruh Kualitas Produk Harga, dan Citra Merek dengan Keputusan pada Pembelian Samsung di Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang hendak dilaksanakan akan berikan sejumlah manfaat teoritis serta manfaat praktis. Manfaat teoritis penelitian ini yakni Secara umum hasil penelitian ini diharap jadi dasar pemikiran mengenai teori pengambilan keputusan konsumen membeli, terutama terkait kebijakan tentang Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek. Untuk manfaat praktis ada beberapa pihak yang dapatkan manfaat dari penelitian ini, yakni:

1. Peneliti

Untuk memperluas pemahaman dan keahlian para peneliti, khususnya di bidang konsentrasi pemasaran, sebagai sarana penerapan teori-teori yang dibahas dalam perkuliahan dan menjadi prasyarat buat peroleh gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH).

2. Perguruan tinggi

Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi baru dan

membantu institusi akademik dalam menilai kurikulum yang ditawarkan. Selain itu, penelitian ini diharap bisa berikan kontribusi pada literatur yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3. Program Studi

Diharap penelitian ini bisa jadi alternatif media pembelajaran yang inovatif bagi program studi manajemen. Program studi diharapkan mampu bekerjasama dengan toko Gf-Mobile Top 100 Jodoh Batam agar mahasiswa selanjutnya dapat melakukan penelitian di toko Gf-Mobile Plaza Top 100 Jodoh Batam dengan masalah yang berbeda.

4. Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan yang tidak memihak dalam mengambil keputusan bisnis, memberikan wawasan baru bagi dunia usaha mengenai fenomena sosial, menginspirasi penemuan baru, dan menjadi peta jalan bagi tindakan perusahaan di masa depan.

5. Pembaca

Hasil penelitian ini diharap jadi rujukan tambahan buat penelitian selanjutnya serta bisa dipertimbangkan perusahaan.

1.7 Sistematika Penelitian

Susunan penelitian ini diharap bisa berikan gambaran yang masuk akal serta teratur sehingga memudahkan pembaca, yang telah terangkum pada bagian berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian pertama ini memahami landasan permasalahan,

mengungkap permasalahan, membicarakan permasalahan, memikirkan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat pada penelitian, serta sistematika pada penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Bagian kedua ini paparkan penjelasan teoritis masing-masing variabel penelitian kemudian dilanjutkan pengujian masa lalu, sistem pemikiran, lalu pengembangan hipotesis serta hipotesis dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ketiga ini uraikan variabel penelitian dan definisi fungsionalnya, diikuti oleh masyarakat dan menentukan uji eksplorasi, jenis dan sumber informasi, metode pengumpulan informasi dan teknik pemeriksaan data yang dipakai di penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil serta pembahasan mengenai uraian Produk Smartphone Samsung serta berikan jawaban dan penjelasan mengenai hasil uji hipotesis yang didapat peneliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan diambil dari penelitian penulisan. Bab ini juga menyatakan intisari penelitian yang dilakukan penulis, saran serta keterbatasan penelitian.