

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian dunia saat ini mungkin dapat dikatakan tidaklah sebaik seperti pada masa lalu, contohnya seperti pada awal tahun 1990an yang mana harga-harga barang atau jasa tidaklah setinggi seperti saat ini, khususnya pada tahun-tahun terakhir ini, yaitu minyak dunia melambung tinggi menyebabkan harga-harga barang atau jasa meningkat drastis, yang pada akhirnya menyebabkan perusahaan yang bergerak dalam bidang apa pun mau tidak mau harus menemukan dan menerapkan strategi yang memenuhi, sehingga barang atau jasa mereka tetap terjual di pasar yang berujung pada keberlanjutan eksistensi mereka di industri.

Perekonomian dunia yang kurang baik ini pun, tentunya dirasakan juga oleh Indonesia, setiap harinya kita mendengar dari berita-berita yang di suguhkan oleh media elektronik seperti televisi. Masyarakat mengeluhkan melambungnya harga-harga barang di industri salah satunya yaitu harga *smartphone*, sehingga berujung pada persaingan industri telekomunikasi yang semakin meningkat drastis, yaitu persaingan untuk menarik dan mempertahankan konsumen mereka agar tetap dapat terus membeli produk yang mereka pasarkan dengan harga yang kompetitif. Sehingga eksistensi mereka di industri dapat terus dipertahankan di tengah-tengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat, contohnya *Smartphone Samsung Galaxy*. Perusahaan seharusnya menaruh perhatian pada faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Setiap konsumen, tentunya menginginkan untuk memperoleh barang dengan kualitas produk yang terbaik ketika mereka membeli produk tertentu. Tetapi sayangnya, tidak semua produk yang ditawarkan dan dipasarkan di pasar memiliki kualitas produk, seperti halnya yaitu *Smartphone Samsung Galaxy*.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui wawancara pada mahasiswa Program Studi Tata Niaga di peroleh informasi bahwa walaupun model atau bentuk *Smartphone Samsung Galaxy* terlihat modis atau keren, tetapi ada kalanya *smartphone* tersebut tiba-tiba tidak dapat di fungsikan dan untuk memfungsikan kembali ada kalanya harus di *re-start* dari awal, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan pengguna *smartphone* tersebut yang pada akhirnya berujung pada rendahnya keputusan pembelian.

Kemudian, berdasarkan informasi dari *portal online*, diketahui bahwa buruknya kualitas dan *quality kontrol* produk flagship *Samsung Galaxy S6*. Baru beli satu minggu, casing belakang sudah tidak rapat, di tekan sedikit sudah berbunyi seperti tidak rapat, atau lem tidak merekat dengan baik. Sangat disayangkan produk unggulan dan flagship *Samsung*, yang iklan nya sangat gencar diseluruh dunia, tapi kualitasnya ternyata sangat buruk, sangat memalukan¹.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Konsumen, khususnya mungkin mahasiswa menginginkan agar dapat

¹<http://www.suratpembaca.web.id/detail/54134/Samsung+Indonesia+Penipu+dan+Buruknya+Kualitas+Samsung+Galaxy+S6>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2016.

membeli produk yang mereka inginkan tidak terlalu mahal atau sesuai dengan kemampuan keuangan mereka. Tetapi sayangnya, tidak semua perusahaan menetapkan harga murah untuk produk yang mereka pasarkan, seperti halnya *Smartphone Samsung Galaxy*.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dan angket awal pada mahasiswa Program Studi Tata Niaga diketahui bahwa harga *Smartphone Samsung Galaxy* lebih mahal dari pada harga *Smartphone* Lenovo, sehingga beliau lebih memilih untuk membeli Lenovo dari pada *Smartphone Samsung Galaxy*.

Kemudian, berdasarkan informasi *portal online* yang memaparkan bahwa harga *Samsung Galaxy E7* dengan harga Lenovo A7000 Terbaru, *Samsung Galaxy E7* dengan Lenovo A7000 adalah dua *smartphone* premium yang sama-sama dibekali jaringan 4G LTE dan kamera beresolusi tinggi. Kedua *smartphone* lintas vendor ini sama-sama mempunyai dengan keunggulan fitur yang dimilikinya masing-masing. Apalagi performa yang dimiliki keduanya ini cukup responsif. Harga *Samsung Galaxy E7* dan harga Lenovo A7000 terpaut jauh meskipun keduanya memiliki spesifikasi hampir setara. Harga *Samsung Galaxy E7* dengan Lenovo A7000 memang berbeda jauh meskipun keduanya sama-sama tangguh. Harga *Samsung Galaxy E7* terbaru dibanderol Rp 4.249.000 per unit dalam warna hitam, putih, biru dan coklat dimana *Samsung Galaxy E7* telah dirilis di Indonesia. Sementara harga Lenovo A7000 terbaru dibanderol Rp 1.999.000 dalam warna hitam dan putih dimana telah tersedia di Indonesia.

Sebagai referensi telah hadir lenovo A6000 di Indonesia dengan koneksi LTE harga sejutaan².

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi. Konsumen mungkin ketika akan membeli produk, khususnya produk yang mungkin agak sedikit mahal akan bertanya ke orang lain yang pernah membeli produk atau yang telah menjadi setia terhadap produk tertentu tersebut mengenai berbagai hal tentang produk tersebut, sehingga setelah membelinya nanti tidak ada penyesalan ketika mengkonsumsinya. Tetapi sayangnya, tidak semua konsumen melakukan hal tersebut. Contohnya, yaitu yang terjadi pada mahasiswa Program Studi Tata Niaga.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui angket awal diperoleh informasi bahwa mahasiswa Program Studi Tata Niaga tersebut tidak merujuk pada orang lain ketika akan membeli *Smartphone Samsung Galaxy*, sehingga ketika akhirnya *smartphone* tersebut agak sedikit kurang dapat berfungsi, yaitu baterai yang cepat *ngedrop* atau ada kalanya mudah *heng* setelah beliau membelinya, membuat dia cukup kecewa telah memilih untuk membeli *smartphone* tersebut.

Disamping itu, *Smartphone Samsung Galaxy* juga dibekali sejumlah fitur unggulan. Salah satunya fitur *eye scrolling* yang memungkinkan pengguna menggunakan matanya untuk menavigasi saat membolak-balikkan halaman e-book atau web. Namun di balik kecanggihannya, sejumlah pengguna sering mengeluhkan baterai *Samsung Galaxy* Jadi lebih cepat panas.

²<http://oketekno.com/20047/harga-samsung-galaxy-e7-vs-lenovo-a7000.html>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2016

Sebanyak 25% pengguna mengeluhkan baterai ponsel yang mudah panas saat dipakai untuk bermain game dan browsing di saat bersamaan. Sedangkan 20% lainnya juga mengeluhkan masalah baterai yang mudah habis. Selain masalah baterai, pengguna *Samsung Galaxy* selalu dihadapkan pada masalah layar, fungsi ponsel saat dipakai menelpon dan berkirim pesan. Salah seorang menyebut jika resolusi layar *Samsung Galaxy* cenderung lebih gelap dibandingkan ponsel lain³.

Oleh karena kelompok referensi yang kurang menyenangkan tersebut menyebabkan keputusan pembelian pada konsumen menurun.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk, harga dan kelompok referensi yang kurang menyenangkan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy*, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang rendah
2. Harga yang mahal
3. Kelompok Referensi yang kurang menyenangkan

³<http://teknoliputan6.com/read/762412/apa-saja-keluhan-para-pengguna-smartphone-mahal>.
Diakses pada tanggal 5 Maret 2016

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah kurangnya ajakan teman, sahabat, keluarga atau kelompok referensi lainnya merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara Kelompok Referensi dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat Hubungan antara Kelompok Referensi dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta?”.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan umum mengenai kelompok referensi dengan keputusan pembelian.

2. Perusahaan

Sebagai masukan dalam pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana konsep dan cara penerapan strategi pemasaran, khususnya yang berkaitan kelompok referensi dengan keputusan pembelian.

3. Universitas Negeri Jakarta

Untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya tentang kelompok referensi dengan keputusan pembelian pada konsumen.

4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya kelompok referensi dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.