

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, dimana perkembangan teknologi sangat pesat, sehingga kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang tidak dapat dihindarkan. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Dalam kehidupan masyarakat Indonesia perkembangan media teknologi komunikasi sudah semakin canggih. Seperti bertambah banyaknya masyarakat yang menggunakan media komunikasi, berupa *Smartphone*. *Smartphone* sekarang ini sudah menjadi alat komunikasi yang penting dan digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Selain dijadikan sebagai alat komunikasi, *smartphone* juga sudah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini.

Ponsel Cerdas (*smartphone*) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon

yang menyajikan fitur canggih, seperti surel (surat elektronik), *internet* dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*), terdapat papan ketik dan penyambung VGA¹.

Masyarakat pada saat ini, lebih selektif dalam memilih produk yang akan digunakan karena banyaknya produk yang ditawarkan dan memiliki kelebihan yang berbeda satu sama lain. Permintaan pasar yang tinggi menjadikan *smartphone* sebagai salah satu gaya hidup yang mungkin mempunyai minat beli tinggi terhadap konsumennya.

Demam *smartphone* di Indonesia kian merebak. Kemanapun mata memandang kita pasti menemukan seseorang yang sedang asik memainkan *smartphone*-nya. Tingginya tingkat permintaan pasar terhadap ponsel cerdas ini, khususnya yang menggunakan sistem operasi *Android* dan *iOS* membuat para produsen semakin giat untuk berinovasi agar dapat menguasai pasar ponsel Indonesia dengan berbagai jenis. Berbagai jenis *Smartphone* yang adapun sangat beragam, mulai dari merek, kualitas, harga, bentuk, fitur dan berbagai spesifikasi lainnya. Salah satu *smartphone* yang digunakan masyarakat Indonesia adalah *Smartphone* dengan merek *Samsung*.

Para pelanggan *Samsung* tidak serta merta membelinya saja, tetapi juga dapat merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya untuk mungkin membeli dan menggunakannya. Hal terpenting yang berkaitan dengan pelanggan adalah menciptakan pembelian terhadap produk

¹Wikipedia.org, Ponsel Cerdas, https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas(diakses pada tanggal 11 Maret 2017)

Samsung pada pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi produsen ponsel cerdas untuk memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian ponsel cerdas pada pelanggannya atau pelanggan potensialnya.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Dalam mengonsumsi suatu produk, konsumen mungkin akan selalu mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibelinya. Konsumen mempertimbangkan suatu produk berdasarkan desain, bentuk, daya tahan produk, keistimewaan yang dimiliki, serta spesifikasi lain yang diunggulkan dalam produk tersebut.

Berdasarkan portal berita *online* diketahui bahwa terdapat laporan tentang meledaknya HP *Samsung*. Laporan tentang meledaknya HP *Samsung* ini diperoleh dari sebuah media lokal di Perancis bernama CNET (*Centre National d'Études des Télécommunications*) dalam akun *twitter* resmi berita mereka. Pihak CNET mengatakan bahwa ada sebuah ledakan *handphone* terjadi di Pau, Prancis. Ternyata *Handphone* yang meledak tersebut adalah HP *Samsung* seri *Galaxy J5*².

Dalam kasus lain, yaitu portal berita *online Prilude* mengatakan bahwa ledakan tersebut juga terjadi di beberapa tempat di seluruh dunia. Tetapi kali ini bukan *Samsung Galaxy S7* saja yang meledak, tetapi penerusnya, yaitu *Samsung Galaxy Note 7* juga ikut-ikutan meledak³. Hal

² <http://www.prilude.com/read/2016/11/hp-samsung-meledak-kembali-terjadi.html>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017.

³ <http://www.prilude.com/read/2016/09/hp-samsung-meledak-lagi.html>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017.

senada juga disampaikan oleh portal berita *online* Kompas yang mengatakan bahwa terjadi sebuah ledakan yang berasal dari ponsel *Samsung Galaxy Note 7* di berbagai belahan dunia⁴.

Hal tersebut telah diakui oleh *Samsung* secara resmi, yang mengatakan bahwa *Samsung* memutuskan untuk menarik kembali dan menghentikan sementara penjualan *Galaxy Note 7* di seluruh dunia dalam beberapa hari terakhir. Hal ini dilakukan menyusul adanya laporan mengenai kasus ponsel yang terbakar saat sedang mengisi daya. Pihak perusahaan mencatat sejauh ini sudah ada 35 laporan dari 2,5 juta ponsel yang telah diproduksi. Biasanya, kasus kegagalan baterai terjadi 1 (satu) dibanding puluhan juta unit. Sebagai informasi, mayoritas ponsel pintar saat ini termasuk *Galaxy Note 7* menggunakan baterai isi ulang jenis *lithium-ion* (Li-ion). Yang menjadikan baterai rentan terbakar, yakni reaksi kimia dalam energi padat di dalamnya saat perangkat dioperasikan⁵.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui distribusi angket dengan *google docs* pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *handphone Samsung* memiliki desain dan model yang bagus dan terkesan modis, tetapi kualitas produk dari *handphone* ini kurang memuaskan. Penyebabnya seperti, daya tahan yang dimiliki *handphone Samsung* ini kurang baik, mesin *handphone Samsung* yang cepat panas

⁴<http://teknokompas.com/read/2016/09/11/20210087/samsung.jelaskan.mengapa.galaxy.note.7.rawan.terbakar>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017.

⁵<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160906112540-185-156370/penjelasan-teknis-masalah-pada-baterai-galaxy-note-7/>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017

dan adakalanya *smartphone* ini tidak dapat difungsikan atau tiba-tiba *error*,serta akhir-akhir ini banyak terjadi kasus-kasus *handphone Samsung* yang meledak dan mencelakai penggunanya, sehingga menyebabkan berkurangnya pembelian pada ponsel cerdas tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Bagi masyarakat menengah kebawah, harga mungkin merupakan salah satu hal pertama yang dilihat ketika ingin melakukan pembelian suatu barang atau jasa. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Jika tidak sesuai dengan daya beli konsumen yang disebabkan oleh harga produk tersebut mahal, maka mungkin menyebabkan konsumen enggan untuk membeli *smartphone* tersebut seperti halnya pada produk *smartphone Samsung*.

Menurut mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, *hargasmartphoneSamsung* termasuk mahal apabila dibandingkan dengan *smartphone-smartphone* merek lainnya dan adakalanya *smartphone* merek lain memiliki spesifikasi yang lebih baik dibandingkan dengan *smartphone Samsung*. Oleh karena itulah, keputusan pembelian *smartphoneSamsung* cukup rendah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi. Kelompok referensi juga mungkin memiliki pengaruh dalam hal pengambilan keputusan untuk pembelian suatu produk. Orang mungkin akan yakin dalam membeli produk, bila telah melihat dan

mendengar kesaksian, rekomendasi atau saran dari orang terdekat seperti keluarga, sahabat dan kerabat yang telah merasa puas atas suatu produk. Informasi yang diberikan oleh kelompok referensi memungkinkan berpengaruh besar bagi calon konsumen untuk segera mengambil keputusan.

Sama halnya pada mahasiswa/i Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sebagian besar dari mereka membeli *smartphone* karena teman-temannya mengatakan bahwa *smartphone* merek lain, seperti *Oppo* yang belakangan ini menarik perhatian masyarakat Indonesia karena kualitas kameranya yang hampir sama dengan *iPhone*. Dilihat dari pola konsumsi dan kebutuhan dari kalangan mahasiswa/i sendiri, mereka biasanya menyesuaikan dengan kebutuhannya sehari-hari, baik dari pergaulan atau kebutuhan yang mendukung kegiatan mereka sebagai mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa/i memutuskan untuk lebih membeli *smartphone* merek lain seperti *Oppo* berdasarkan rekomendasi dari teman-teman kelas atau teman bermainnya, sehingga menyebabkan keputusan pembelian *smartphone Samsung* rendah.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Keputusan pembelian suatu produk, dalam hal ini *smartphone* juga tidak terlepas dari faktor *brand image* (citra merek) dari produk tersebut. Citra merek mungkin juga sangat menentukan sikap dan tindakan dari konsumen dalam memilih dan membeli produk, dengan kata lain citra

merek adalah salah satu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli suatu produk. Semakin baik citra merek yang melekat pada produk tersebut, maka konsumen mungkin akan semakin tertarik untuk membeli karena mereka beranggapan bahwa suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman, misalnya tidak mudah rusak ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibelinya.

Untuk melihat data penjualan *smartphone* dengan merek tertentu lebih rinci dapat dilihat pada tabel yang ada di bawah ini :

Tabel I. 1 Data Penjualan *Smartphone* Tahun 2016

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2016 (Thousands of Units)

<i>Vendor</i>	2016 <i>Units</i>	2016 <i>Market</i> <i>Share (%)</i>	2015 <i>Units</i>	2015 <i>Market</i> <i>Share (%)</i>
<i>Samsung</i>	306,446.6	20.5	320,219.7	22.5
<i>Apple</i>	216,064.0	14.4	225,850.6	15.9
<i>Huawei</i>	132,824.9	8.9	104,094.7	7.3
<i>Oppo</i>	85,299.5	5.7	39,489.0	2.8
<i>BBK Communication Equipment</i>	72,408.6	4.8	35,291.3	2.5
<i>Others</i>	682,314.3	45.6	698,955.1	49.1
Total	1,495,358.0	100.00	1,423,900.4	100.0

Sumber : *Gartner Inc*

Berdasarkan laporan lembaga analisis *Gartner Inc*, yang dirilis pada tahun 2016 lalu, *Samsung* masih memenangkan pangsa pasar di kuartal-

kuartal sebelumnya. Berdasarkan data pasar di atas, pada tahun 2016 *Samsung* masih menjadi penjual *smartphone* nomor 1 (satu) di dunia. Sedangkan, jika dilihat dari data penjualan *Smartphone* pada Kuartal 4 Tahun 2016, *smartphone iPhone* lebih unggul dibandingkan dengan *smartphone Samsung*. Berikut ini adalah Data Penjualan *Smartphone* pada Kuartal 4 Tahun 2016 :

Tabel I. 2 Data Penjualan *Smartphone* pada Kuartal 4 Tahun 2016

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 4Q16 (Thousands of Units)

<i>Vendor</i>	<i>4Q16 Units</i>	<i>4Q16 Market Share (%)</i>	<i>4Q15 Units</i>	<i>4Q15 Market Share (%)</i>
<i>Apple</i>	77,038.9	17.9	71,525.9	17.7
<i>Samsung</i>	76,782.6	17.8	83,437.7	20.7
<i>Huawei</i>	40,803.7	9.5	32,116.5	8.0
<i>Oppo</i>	26,704.7	6.2	12,961.5	3.2
<i>BBK Communication Equipment</i>	24,288.2	5.6	11,359.4	2.8
<i>Others</i>	185,921.1	43.1	191,708.4	47.6
Total	431,539.3	100.0	403,109.4	100.0

Sumber : *Gartner Inc*

Berdasarkan data penjualan *smartphone*, pada kuartal 4 tahun 2016 tersebut di atas bahwa *market sharesmartphone* merek *Samsung* mengalami penurunan. Pada kuartal 4 2016 ini, *Apple* berhasil menggeser *Samsung* untuk mengamankan posisi penjualan *smartphone* global No. 1 (satu) dengan *market share* 17,9 persen, selisih tipis dengan *Samsung* yang hanya meraih *market share* 17,8 persen terpaut 0.1 persen dari *Apple*.

Penurunan yang dialami oleh *smartphone* merek *Samsung* ini, salah satu faktornya disebabkan oleh meledaknya *Galaxy Note 7* dan turunnya pasokan di Amerika Utara dan Eropa Barat, Australia dan Korea Selatan sendiri yang berdampak pada menurunnya citra merek *smartphone Samsung*.

Menurut mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, merek *smartphone Samsung* sudah memiliki citra merek yang baik dimata masyarakat. Tetapi, belakangan ini sudah banyak *vendor-vendor* lain yang semakin meng-*upgrade* produk *smartphone* mereka menjadi lebih baik dan dapat bersaing dengan *smartphone Samsung*, sehingga *smartphone* dengan merek lain tersebut akhirnya mendapatkan perhatian dari para pengguna *smartphone*. Oleh karena itu, keputusan pembelian *smartphone Samsung* cukup terbilang rendah.

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

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan rendahnya keputusan pembelian.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Kualitas produk *smartphone Samsung* yang tidak baik.
2. Harga *smartphone Samsung* yang Mahal.
3. Kelompok Referensi yang kurang baik.
4. Menurunnya citra merek *smartphone Samsung*.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “hubungan antara kelompok referensi dan citra merek dengan keputusan pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, baik ketika menjadi seorang wirausahawan maupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini untuk menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara kelompok referensi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya hubungan antara kelompok referensi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

4. Perusahaan

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian.