

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia modern yang melaju dengan pesat, tentu saja membawa pengaruh kepada kehidupan manusia. Hal yang paling mencolok adalah tentang komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya. Yang umumnya dilakukan secara lisan atau pun verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.<sup>1</sup>

Komunikasi yang terjadi pada masyarakat modern saat ini tentu sangat dipengaruhi dengan adanya *handphone* sebagai media penghubung, atau alat komunikasi yang dapat memudahkan manusia dalam melakukan penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lainnya.

Dalam perkembangannya, *handphone* yang digunakan manusia mulai berubah. Dan dikenal menjadi *smartphone* atau ponsel pintar. *Smartphone* tidak berbeda jauh dengan *handphone*, perbedaan utamanya adalah *smartphone* dilengkapi dengan fitur dan aplikasi yang lebih canggih daripada *handphone*.

*Smartphone* yang belakangan kita kenal menggunakan sistem *android* dan *iOS* ini, kini memiliki resolusi layar yang lebih baik. Bahkan ditahun 2017, mulai hadir *smartphone* tanpa tepi. Kamera yang ada dalam *smartphone* saat ini juga menghasilkan foto yang jauh lebih baik. Bahkan saat ini, sudah mulai diperkenalkan dual kamera. Serta peningkatan fitur lain seperti, daya tahan baterai lebih

---

<sup>1</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi#Definisi> (Diakses pada tanggal 4 Feb 2018)

lama, ruang penyimpanan yang lebih besar, serta mulai hadirnya sensor sidik jari dan wajah yang akan menambah keamanan pada *smartphone* yang dimiliki.

Keberadaan ponsel pintar yang memudahkan manusia dalam menjalankan kesehariannya membuat banyak orang mengambil kesempatan sebagai peluang usaha dengan menciptakan ponsel pintar dengan beragam inovasi. Para produsen ponsel pintar terus berlomba untuk bisa menciptakan berbagai macam ponsel yang dilengkapi dengan berbagai fitur canggih yang menyesuaikan keinginan konsumen demi menarik simpatinya. Tidak terkecuali dengan perusahaan dengan merek Samsung yang merupakan perusahaan terkemuka asal Korea Selatan.

Data yang diperoleh dari Firma penelitian Gartner yang dilansir dalam laman harian Kompas.com menunjukkan bahwa hingga kuartal ketiga di tahun 2017, Samsung masih unggul dalam penjualan *handphone* secara global mengalahkan *Apple*, beserta jajaran merek *handphone* lainnya seperti *Huawei*, *Oppo*, *Xiaomi* dan lainnya.

Namun hal berbeda justru terjadi pada penghujung tahun 2017, yakni pada kuartal keempat. Hasil data yang dikeluarkan dari lembaga riset *International Data Corporation* atau IDC mencatat bahwa, Samsung mengalami penurunan penjualan hingga menempatkannya pada posisi kedua setelah *Apple*. Samsung mengalami penurunan sebanyak 4.4% dengan perolehan penjualan sebesar 74.1 juta unit berbeda dengan penjualan pada kuartal yang sama pada tahun 2016 yakni sebanyak 77.5 juta unit.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <http://tekno.kompas.com/read/2017/11/23/08410067/daftar-5-besar-merek-smartphone-di-indonesia> (diakses pada 8 Februari 2018)

Persaingan yang ketat dalam industri *handphone* membuat Samsung tidak hanya bersaing dengan *Apple* saja secara global, namun juga *handphone* lain yang memiliki sistem yang sama dalam katagori *smartphone*. Pesaing Samsung dalam katagori *smartphone* yang paling terdekat adalah vendor *hand phone* dari China seperti *Xiaomi* yang perlahan menggeser keberadaan Samsung.

Hal tersebut sejalan dengan hasil riset yang ramai diperbincangkan pada akhir 2017 lalu. Dimana dua firma riset yakni *Counterpoint Research* dan *Canalys* mengungkapkan bahwa posisi nomor satu Samsung di India mampu digeser oleh *handphone* dari perusahaan China yaitu *Xiaomi*.

Dilansir dari laman [Bisniskini.com](http://Bisniskini.com) di sana tertulis bahwa:

Pada kuartal keempat 2017, dua firma riset seperti *Counterpoint Research* dan *Canalys* secara terpisah mengungkapkan bahwa *Xiaomi* berhasil menurunkan peringkat Samsung dari posisi pertama di negara ini.

Menurut survei *Counterpoint Research* untuk kuartal keempat 2017, *Xiaomi* sekarang memegang pangsa pasar 25 persen di India dan Samsung berada di posisi kedua dengan pangsa pasar 23 persen. *Lenovo*, *OPPO* dan *Vivo* memegang posisi ketiga, keempat dan kelima dengan pangsa pasar masing-masing 6 persen.

Hasil survei *Canalys* lebih ekstrem. Pasalnya *Xiaomi* dan Samsung masing-masing mengirimkan 8,2 juta dan 7,3 juta *smartphone* pada kuartal 4 2017. Analisis pasar oleh *Canalys* menyatakan bahwa *Xiaomi* memiliki pangsa pasar 27 persen sementara Samsung hanya 25 persen.<sup>3</sup>

Dikutip dari laman [Selular.id](http://Selular.id) di jelaskan bahwa:

Tiga besar pabrikan *smartphone* di Indonesia sudah dikuasai oleh China (37,7%). Bahkan, jika dikerucutkan, dua vendor masing-masing *Oppo* dan *Vivo* yang nota bene *sister company*, sesungguhnya sudah menjadi penguasa pasar. Pasalnya, perolehan keduanya sudah sebesar 32,5%, mengungguli Samsung. Khusus *Oppo*, Samsung perlu extra waspada. Meski masih berada di posisi *runner up*, *Oppo* semakin memepet Samsung. Berdasarkan laporan IDC tersebut, selisih di antara keduanya sangat tipis, yakni hanya 4,5%.<sup>4</sup>

<sup>3</sup><https://bisniskini.com/2018/01/25/xiaomi-ancaman-nyata-samsung-sebagai-brand-smartphone-nomor-satu-di-india/> (diakses pada 4 Februari 2018)

<sup>4</sup><https://selular.id/2018/01/menunggu-runtuhnya-dominasi-samsung-di-indonesia/> (diakses pada tanggal 4 Februari 2018)

Seperti yang kita ketahui bahwa penurunan penjualan dikarenakan penurunan keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli. Karena keputusan pembelian merupakan tolak ukur dari laku atau tidaknya suatu produk yang dihasilkan oleh produsen di pasaran. Rendahnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli membuka peluang besar bahwa produk Samsung tidak akan dijadikan referensi dan perbincangan dikalangan masyarakat dalam menentukan pilihannya.

Persaingan yang ketat, serta perkembangan inovasi *smartphone* yang berjalan dengan cepat, membuat para produsen *smartphone* agaknya harus bekerja keras agar bisa terus bertahan dalam bisnis ini dan terus meningkatkan penjualannya.

Pada dasarnya, persaingan dengan perkembangan inovasi dapat menguntungkan masyarakat selaku konsumen. Namun tak jarang, untuk bisa menentukan keputusan dalam membeli suatu produk terutama *handphone* adalah hal yang rumit, apalagi bagi kalangan Mahasiswa. Aktivitas mahasiswa yang dipenuhi dengan beragam tugas, dan tetap harus mengikuti perkembangan zaman, menjadikan *handphone* yang dimiliki tidaklah hanya sebagai alat komunikasi sebatas *telephone* dan mengirim pesan saja. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu *handphone* tersebut.

Berdasarkan hasil survei awal yang peneliti lakukan melalui kuesioner *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta, ditemukan bahwa keputusan pembelian pada kalangan mahasiswa sangatlah beragam. Hasil survei menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa menggunakan *handphone* Samsung, bahkan sebagian mahasiswa melakukan pergantian *handphone* dan tidak memilih merek Samsung kembali untuk digunakan.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Penetapan harga memang sangat penting bagi kelangsungan usaha suatu produsen agar dapat bersaing dengan para kompetitor lain. Penetapan harga yang baik dan kompetitif serta dapat melihat target sasaran dalam penjualan merupakan *point* penting agar suatu produk dapat terus bertahan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa harga yang murah dapat menarik perhatian pembeli. Namun, harus disadari bahwa para konsumen semakin pintar, mereka akan membandingkan beberapa produk dengan produk yang lain, yang bukan hanya murah, tapi juga memiliki kualitas yang baik.

Pada kondisi mahasiswa yang lebih banyak belum memiliki pemasukan atau pekerjaan, tentu harga merupakan hal yang dipikirkan dalam pengambilan keputusan. Dan mereka lebih mengharapkan untuk harga yang lebih murah namun tetap berkualitas seperti *handphone* milik *vendor* China dibandingkan dengan Samsung.

Sebuah artikel yang dikeluarkan oleh Viva.co.id juga memperkuat faktor harga dalam keputusan pembelian. Dalam artikel yang berjudul “Pedagang Ponsel Tak Lagi Tanya *Merk* Apa Tapi *Budget* Berapa” di sana tertulis bahwa: “Merek-merek *smartphone* harga murah lebih banyak dicari konsumen ketimbang merek ternama, seperti Samsung dan *iPhone*.”<sup>5</sup>

Hal yang sama mengenai harga dalam pembelian *smartphone* juga dituliskan dalam laman harian BeritaJowo.com yang menuliskan bahwa: “Sementara untuk

---

<sup>5</sup><https://www.viva.co.id/digital/digilife/1004054-pedagang-ponsel-tak-lagi-tanya-merek-apa-tapi-budget-berapa> (diakses pada 8 Februari 2018)

Samsung, harga *smartphone* yang relatif mahal menjadi faktor penyebab kemunduran mereka.”<sup>6</sup>

Dalam survei awal dapat diketahui juga bahwa memang merek bukanlah hal yang penting di dalam keputusan pembelian. Saat ini, ada banyak *handphone* dengan spesifikasi yang bagus dengan menawarkan harga yang relatif rendah. Karena bagi mereka, Samsung lebih mahal daripada merek *handphone* lain yang merupakan *vendor* saingan Samsung.

Dikutip dari laman JawaPos.com, di sana dijelaskan bahwa, “Pemerhati *gadget* kondang Herry SW menjelaskan bahwa persaingan ponsel murah di tahun ini bukan hanya sekadar perang harga. Lebih jauh juga akan berperang spesifikasi dan fitur yang mumpuni untuk kategori murah meriah.”<sup>7</sup>

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lili Widyawati dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung Pada UD. Surya *Phone* di Samarinda. Di dalam jurnal dijelaskan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>8</sup>

Faktor berikutnya yakni faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *Word Of Mouth* atau WOM yakni komunikasi dari mulut ke mulut. Komunikasi dari mulut ke mulut adalah bentuk komunikasi yang dilakukan

---

<sup>6</sup><https://beritajowo.com/news/detail/4992/Xiaomi-Geser-Peringkat-Samsung-dari-PasarSmartphone> (diakses pada 8 Februari 2018)

<sup>7</sup><https://www.jawapos.com/read/2018/01/22/183046/perang-smartphone-murah-diprediksi-akan-terjadi-tahun-ini> (diakses pada tanggal 7 Februari 2018)

<sup>8</sup>Lili Widyawati, *Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada UD. Surya Phone di Samarinda* (Samarinda: FISIP Universitas Mulawarman, 2015), hal. 574

oleh pembeli selaku konsumen. Komunikasi ini bisa menjadi negatif atau positif tergantung dari individu atau kelompok tertentu yang memberikan informasi.

Kegiatan komunikasi dari mulut ke mulut atau WOM ini merupakan komunikasi yang seringkali didasarkan oleh pengalaman seseorang atau kelompok tertentu yang telah menggunakan suatu produk. Dalam beberapa artikel, dijelaskan bahwa dalam proses keputusan pembelian, komunikasi dari mulut kemulut ini terbukti ampuh dan dampaknya bagi perusahaan adalah perusahaan tidak harus mengeluarkan biaya yang lebih seperti iklan untuk bisa mempromosikan produknya.

Konsumen akan menceritakan sendiri dan memberikan masukan pada suatu kelompok atau individu yang secara tak langsung dapat mempengaruhinya sehingga dapat menentukan keputusannya dalam membeli suatu produk. Atau jika komunikasi tersebut menceritakan sesuatu yang negatif maka secara tidak langsung akan men-stimulus pembeli lain untuk tidak membeli produk tersebut. Maka jelas bahwa tingginya intensitas WOM positif, akan mempengaruhi keputusan pembelian yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan. Dan rendahnya WOM (WOM negatif) akan mengakibatkan penurunan keputusan pembelian suatu produk yang nantinya juga akan menurunkan penjualannya.

Hal tersebut diperkuat dengan artikel yang dikutip dari Viva.co.id yang mengemukakan bahwa, “Selain ada fasilitas internet, konsumen yang membeli *smartphone* murah biasanya memasarkan kepada orang terdekatnya untuk membeli produk serupa.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup><https://www.viva.co.id/digital/digilife/1004054-pedagang-ponsel-tak-lagi-tanya-merek-apa-tapi-budget-berapa> (diakses pada tanggal 9 Februari 2018)

Survei penelitian awal melalui kuesioner *online* yang dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa hanya sebagian besar dari mereka yang merekomendasikan Samsung sebagai *handphone* yang harus digunakan. Hal ini menandakan bahwa masih rendahnya *Word Of Mouth* pada *smartphone* Samsung yang terjadi pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu oleh Siti Naifatul Maulidiyah dan Ninik Lukiana dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android Merk Samsung*.” Di dalam jurnal tersebut dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Word Of Mouth* atau WOM dengan keputusan pembelian *smartphone*.<sup>10</sup>

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk berkaitan dengan ketahanan, inovasi, serta beragam kemudahan yang terdapat dalam suatu produk tersebut. Kualitas produk yang baik akan mempengaruhi penjualan dari produk tersebut dipasar dan yang nantinya juga akan menjadi bahan sebagai referensi diantara konsumen dalam menentukan pilihannya dalam memutuskan pembelian.

Dikutip dari laman okezone.com disana tertulis bahwa:

Beberapa pengguna *Galxy Note 8* mendapati *smartphone* mereka mati. Hal ini terjadi ketika baterai Note 8 tak tersisa atau 0%, hingga benar-benar mati. Lazimnya, *smartphone* itu kembali hidup ketika diisi ulang. Namun *Note 8*

---

<sup>10</sup> Siti Naifatul Maulidiyah dan Ninik Lukiana, *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung* (Lumajang: Manajemen, 2017), hal. 26

tak kembali menyala saat pengguna mengisi ulang baterai *smartphone* tersebut.<sup>11</sup>

Seperti diketahui bahwa Samsung pernah mengalami masalah pada Galaxy Note 7 yang mengalami permasalahan baterai hingga menyebabkan Galaxy Note 7 meledak. Pada tahun 2017 lalu, Samsung mengalami masalah baterai kembali yakni pada Galaxy Note 8 dimana pengguna tidak bisa men-charge *smartphone* mereka meskipun ada tanda pengisian baterai. Hal ini jika tidak ditangani dengan serius tentu saja akan menjadi masalah dalam penjualan *smartphone* Samsung.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa salah satu faktor yang menyebabkan mereka tidak membeli *smartphone* Samsung adalah karena kualitasnya yang buruk yakni terjadi pada *Random Acces Memoty* atau RAM yang dimiliki Samsung lebih kecil jika dibandingkan dengan *smartphone* merek yang lain. Tentu saja hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

Dari uraian-uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian dalam membeli *smartphone*, yaitu Harga, *Word Of Mouth* atau WOM (Komunikasi dari mulut kemulut), dan Kualitas Produk.

Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan-permasalahan keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

---

<sup>11</sup><https://techno.okezone.com/read/2017/12/28/57/1836916/baterai-terkurus-galaxy-note-8-tak-bisa-hidup-lagi> (diakses pada 10 Februari 2018)

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, juga dapat disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Tingginya harga.
2. *Word Of Mouth* atau WOM belum efektif.
3. Rendahnya kualitas produk

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah keputusan pembelian memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: dana, waktu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah: “Hubungan Antara Harga dan *Word of Mouth* (WOM) dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.”

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah ada hubungan secara positif dan signifikan antara Harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung?

- b. Apakah ada hubungan secara positif dan signifikan antara *word of mouth* atau WOM (komunikasi dari mulut ke mulut) dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
- c. Apakah ada hubungan secara positif dan signifikan antara Harga dan *Word of Mouth* atau WOM (komunikasi dari mulut ke mulut) dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai penambahan wawasan dan pengetahuan mengenai harga dan *word of mouth* atau WOM (komunikasi dari mulut ke mulut) dengan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga dalam suatu produk serta faktor-faktor lain seperti *word of mouth* atau WOM yang nantinya akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli.

3. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bacaan ilmiah mahasiswa serta referensi koleksi bagi perpustakaan UNJ terlebih khusus perpustakaan ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Serta sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang terlebih mengenai hubungan antara Harga dan WOM terhadap keputusan pembelian *smartphone*.