

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia telekomunikasi sekarang ini semakin meningkat dari tahun ke tahun dalam keseharian masyarakat. Perkembangan dalam pemakaian telepon seluler di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat karena semakin majunya masyarakat tentu saja semakin tinggi pula tuntutan akan kebutuhan untuk mampu berhubungan dengan orang lain dimana saja dan kapan saja, mengingat bahwa manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri.

Telepon seluler atau ponsel atau telepon genggam atau *handphone* (HP) adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon yang menggunakan kabel. Telepon seluler merupakan hasil dari teknologi komunikasi yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien¹.

Hal ini terlihat dari perkembangan teknologi telepon genggam yang kini terlihat semakin canggih dan trendi. Sebelum adanya telepon genggam orang menyampaikan pesan hanya melalui surat dikarenakan jarak yang ditempuh sangat jauh. Namun, sekarang seseorang dapat

¹ http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam Diakses pada 15 Agustus 2014

mengirim pesan secara cepat dan murah melalui fitur yang ada dalam telepon seluler atau ponsel yaitu SMS (*Short Message Service*).

Menurut data Viva news menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih besar pengguna ponsel daripada jumlah penduduknya. “Sebanyak 72 juta pengguna aktif internet, dan 62 juta mempunyai akun sosial media yang aktif,”Ujar Cahyana Ahamdjaya, Co Founder Republik Internet. Secara global, berdasarkan data dan survei menyimpulkan 7 miliar jumlah penduduk sekitar 6,5 miliar jiwa memiliki ponsel. Dan, dari jumlah tersebut sebanyak 2 miliar pengguna aktif internet dan 1,8 miliar aktif di media sosial².

Semakin banyaknya bermunculan merk ponsel dilengkapi dengan berbagai fitur yang beragam, membuat para produsen yang bergerak dalam usaha tersebut harus bisa mengatur strategi pemasaran mereka untuk memperluas pangsa pasar atau minimal mempertahankan pangsa pasarnya. Maraknya persaingan yang terjadi pada industri pertelekomunikasian, membuat para produsen yang bergerak dalam memproduksi ponsel berlomba untuk menarik konsumen dengan cara terus mengeluarkan inovasi produk ponsel. Inovasi yang sekarang gencar dilakukan produsen ponsel adalah dengan mengeluarkan produk ponsel dual simcard, ponsel qwerty dan ponsel touch screen.

² <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/512467-pengguna-ponsel-di-indonesia-lampaui-jumlah-penduduk> Diakses pada 15 Agustus 2014

Sebagai contoh adalah ponsel Samsung yang sekarang diminati banyak orang. Selain menciptakan inovasi ponsel dengan mode yang diminati banyak orang. Seperti model touch screen, Samsung pun dilengkapi dengan program Android dimana program ini adalah sistem operasi yang berbasis Linux untuk telepon seluler seperti telepon pintar dan komputer tablet. Android menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak³.

Memahami kebutuhan dan keberadaan konsumen tersebut, maka perusahaan dapat melakukan pendekatan kepada konsumen dan juga mempengaruhi konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan dengan memahami perilaku konsumen, sehingga pada akhirnya konsumen mengambil keputusan membeli produk yang ditawarkan. Tingginya pelaku di dunia usaha jual beli telepon genggam atau ponsel ini menuntut orientasi kepada konsumen.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga produk. Menurut survey awal yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta para mahasiswa mengatakan bahwa produk telepon genggam atau *handphone* Samsung tergolong mahal dibandingkan *handphone* pesaing lainnya.

³<http://www.sosmiadi.com/2012/10/pengertian-dan-definisi-sistem-operasi.html> Diakses pada 15 Agustus 2014

Hal ini terbukti menurut Romes Luo sebagai Sales Director of ZTE Unit Indonesia dalam kutipan detik.com mengatakan bahwa harga produk telepon genggam Samsung sangatlah mahal. Salah satu cara yang ditempuh Samsung untuk menggenjot penjualannya adalah dengan mengeluarkan produk terlalu cepat, spesifikasiya beserta fitur menarik, dan melakukan kampanye melalui advetorial. Hal inilah yang membuat ZTE menilai bahwa harga produk samsung menjadi membengkak dengan banyaknya biaya produksi di luar ongkos komponen otomatis sehingga mereka menaikkan harga ponsel tersebut saat di lepas ke pasaran⁴.

Harga produk menjadi tolak ukur kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk. Harga produk menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian telepon genggam atau ponsel. Besar kemungkinan, harga yang terlalu mahal akan membuat konsumen mengurungkan minat membelinya dan produk yang diberi harga terlalu murah memberikan kesan murahan dan keraguan pada kualitas produk yang ditawarkan.

Harga merupakan satu-satunya yang dapat menciptakan profit karena perusahaan dapat mengontrol variable ini dengan mudah untuk mendapatkan keuntungan yang di inginkan. Penetapan harga yang tinggi apabila tidak disesuaikan dengan produk yang berkualitas akan menyebabkan sulitnya produk tersebut laku di pasaran.

⁴<http://inet.detik.com/read/2014/06/13/081705/2606992/317/zte-ponsel-samsung-kemahalan>

Harga produk Samsung bersaing dengan adanya harga *handphone* bermerk lainnya yang memiliki kualitas tidak kalah baik dibandingkan ponsel Samsung.

Adapun faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut survey awal yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta para mahasiswa mengatakan bahwa kualitas produk *handphone* Samsung tidak seperti yang diharapkan atau berkualitas buruk. Hal ini terbukti dalam kutipan [berita.yahoo.com](https://id.berita.yahoo.com/banyak-tertipu-samsung-palsu-052926005.html) dijelaskan banyaknya *handphone* bermerk Samsung ini dengan kualitas buruk dengan adanya produk supercopy. Disebut supercopy adalah bentuk fisik yang menyerupai namun dengan kualitas yang berbeda dari *handphone* asli Samsung. Banyak ditemui di Palembang sejak dua bulan terakhir para penjual *handphone* Samsung ini dipalsukan antara lain dengan type Galaxy Note, Grand, S3, dan S4 dikarenakan permintaan produk tersebut sangatlah tinggi. Strategi pemasarannya juga beragam menurut majalah Tribun Sumsel menelusuri selama dua pekan ini biasanya oknum memanfaatkan situs jual beli online, layanan jejaring sosial, layanan pesan Blackberry dan konter *handphone* lainnya⁵.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan membeli adalah gaya hidup. Menurut survey awal yang dilakukan peneliti di Fakultas Ekonomi

⁵ <https://id.berita.yahoo.com/banyak-tertipu-samsung-palsu-052926005.html> Diakses pada 17 Oktober 2014

Universitas Negeri Jakarta para mahasiswa mengatakan bahwa handphone sudah menjadi gaya hidup yang wajar pada jaman sekarang ini karena dapat mengakses internet secara bebas. Manfaat bagi mahasiswa sebagai akses termudah dalam membuat tugas, bertelekonunikasi jarak jauh dengan layanan beberapa pesanan online dan jejaring sosial, mengakses berita terkini dengan mudah, dan bagi mahasiswa yang ingin usaha kecil dapat berjualan online dengan menggunakan handphone ini. Teknologi ini juga dapat berdampak negative karena penggunaan yang tidak wajar seperti mengakses situs terlarang seperti situs kekerasan dan situs pornografi hal ini dapat mengakibatkan mengganggu kemajuan generasi bangsa⁶.

Setiap konsumen memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Jaman sekarang gaya hidup konsumen mengikuti perkembangan pasar (*trend*). Perubahan gaya hidup ini berdampak sekali mempengaruhi tindakan konsumen dalam mengambil keputusan membeli suatu produk.

Saat ini, konsumen semakin pintar dan jeli dalam melakukan pembelian untuk membeli suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidupnya. Samsung pada mulanya diciptakan bagi pebisnis, namun sekarang pada kenyataannya di Indonesia, kalangan atas, menengah, maupun bawah turut menggunakan Samsung karena mengikuti gaya hidup

atau *trend*. Meskipun para konsumen kecewa karena produk Samsung yang memiliki model atau bentuk handphone terlalu kaku⁷.

Dan faktor ke empat yang mempengaruhi keputusan pembeli adalah Pengaruh iklan. Menurut survey yang dilakukan peneliti di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diketahui bahwa para mahasiswa kebanyakan sering berganti ganti model handphone Samsung. Hal ini dikarenakan produk handphone Samsung sering sekali mengeluarkan iklan dari produk terbaru yang lebih unggul dibanding produk sebelumnya. Dengan ini mengakibatkan mahasiswa mempunyai sifat yang konsumtif padahal mereka belum bekerja karena dapat merepotkan orang tua. Hal ini terbukti dalam kutipan artikel marketing.co.id dijelaskan bahwa pada pasar global khususnya Indonesia memiliki urutan ke 3 dengan data responden yang dilakukan bahwa pengguna *handphone* Samsung kebanyakan dari kalangan muda, membeli handphone tersebut dikarenakan pengaruh iklan⁸.

Periklanan adalah salah satu alat promosi yang dapat digunakan suatu perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, periklanan merupakan salah satu peranan penting dalam usaha menumbuhkan perhatian konsumen terhadap produk yang diiklankan tersebut. Karena dari periklanan konsumen akan mengetahui produk apa saja yang ditawarkan oleh Samsung. Tetapi pada kenyataannya, terkadang informasi yang disampaikan dalam iklan tidak sesuai dengan kenyataan, dan informasinya pun tidak sesuai dengan apa yang disampaikan konsumen, hal ini yang membuat konsumen menjadi ragu⁹.

⁷ <http://hpsamsung-asik.blogspot.com/2013/10/kelebihan-dan-kekurangan-samsung-galaxy.-grand-19082.html> Diakses pada 15 Agustus 2014

⁸ <http://www.marketing.co.id/perilaku-konsumen-handphone-sering-ganti-ponsel-karena-model/> Diakses pada 17 Oktober 2014

⁹ <http://www.liputan6.com/tag/samsung-galaxy-s5> Diakses pada tanggal 20 Agustus 2014

Dan faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan prima ke konsumen. Pelayanan prima merupakan salah satu faktor yang berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Para konsumen selalu mengharapkan mendapatkan pelayanan yang baik tidak hanya pada saat membeli produk tersebut namun saat telah terjadi pembelian. Sebagai contoh bila produk handphone Samsung yang dibeli konsumen mengalami kerusakan, tentu saja konsumen membutuhkan layanan prima seperti customer service yang melayani dengan baik. Namun, pada kenyataannya terdapat layanan service yang mengecewakan konsumen¹⁰.

Harga dan kualitas produk merupakan variabel yang mempengaruhi secara langsung keputusan pembelian konsumen. Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen menilai faktor-faktor atribut produk ponsel yang akan dibeli. Harga menjadi bahan pertimbangan yang tidak kalah penting, konsumen selalu menilai apakah uang yang ia keluarkan sebanding dengan produk yang didapatkan. Harga menjadi penyebab utama konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang layak atau tidaknya barang tersebut dibeli. Begitu pula dengan ponsel, konsumen mengharapkan harga yang lebih murah. Harga produk dan kualitas produk yang ditawarkan konsumen menjadi perbandingan konsumen dalam memilih barang.

¹⁰<http://www.normansyah.com/2012/05/customer-service-samsung-belajarlaha-dari-mereka/>

Tingkat berhasilnya suatu usaha adalah ketika perusahaan itu mencapai volume penjualan yang tinggi atau memenuhi target perusahaan. Berhasil atau tidaknya penjualan tergantung bagaimana perusahaan itu memiliki produk yang berkualitas dan harga yang sepadan dengan produk. Dua variabel ini yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian produknya. Melalui proses pertimbangan konsumen akan tiba pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang mempengaruhi harga produk dan kualitas produk pada ponsel samsung di karenakan harga pada ponsel Samsung yang mahal dan kualitas produk pada ponsel Samsung yang buruk tidak disesuaikan dengan harga yang relatif tinggi atau mahal.

Sebelum mengambil keputusan membeli *handphone* Samsung biasanya konsumen melalui proses tahapan seperti mengenali fasilitas telepon genggam atau ponsel tersebut yang murah,

Sesuai kebutuhan, dan harga jualnya tidak terlalu jatuh. Setelah mengetahui kebutuhannya, konsumen mulai mencari informasi produk dan harga lewat berbagai media informasi. Setelah mendapat informasi harga produk dan kualitas produk, maka konsumen mulai membandingkan berbagai alternatif dari pilihannya baru konsumen mengambil keputusan.

Samsung dikenal memiliki julukan sebagai raja android. Samsung merupakan sebuah jenis ponsel smartphone yang didukung oleh sejumlah

fasilitas berbasis teknologi Android yang artinya mengakses internet berkecepatan tinggi. Namun Samsung memiliki harga yang relatif tinggi atau mahal dibandingkan dengan ponsel merek lainnya yang memiliki fasilitas serupa atau ponsel berbasis teknologi android dan kualitas yang dimiliki pada ponsel Samsung ini termasuk dalam kualitas buruk sehingga julukan raja android pun kurang tepat¹¹.

Dari banyaknya faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di atas. Hal ini menimbulkan minat peneliti untuk meneliti masalah pada ponsel Samsung.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas maka masalah rendahnya keputusan membeli dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Tingginya Harga yang ditawarkan
2. Rendahnya Kualitas Produk
3. Pengaruh Gaya Hidup Konsumen
4. Pengaruh iklan
5. Pelayanan Prima yang mengecewakan

¹¹ <http://komputermotor.com/2013/12/17/samsung-menjadi-raja-penjualan-handphone-di-indonesia/>
diakses pada 20 Agustus 2014

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, maka keputusan pembelian memiliki faktor – faktor permasalahan yang luas. Berhubungan keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: Dana, waktu, dan tenaga maka permasalahan dibatasi hanya pada masalah: “Hubungan Antara Harga Dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah terdapat hubungan antara harga dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat hubungan antara harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi semua pihak antara lain :

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah dan meningkatkan wawasan dalam ilmu pemasaran yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi pada umumnya dan Jurusan Ekonomi dan Administrasi Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada khususnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan penambahan wawasan mengenai hubungan harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian
3. Bagi Perpustakaan, sebagai bahan masukan informasi dan tambahan bagi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai hubungan harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.
4. Bagi Pembaca, sebagai sumber penambah wawasan mengenai hubungan antara harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.