

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha bisnis saat ini tengah diwarnai berbagai macam persaingan di segala bidang. Salah satunya adalah persaingan bisnis yang semakin ketat yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Seiring dengan perkembangan jaman, dimana masyarakat sekarang ini, menginginkan keefisienan dan kepraktisan dalam menjalani kehidupan dan juga dalam hal komunikasi dan mengakses sebuah informasi, dikarenakan adanya faktor-faktor tersebut, semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menciptakan produk handphone yang menyediakan kualitas handphone yang bagus.

Masyarakat Indonesia khususnya yang hidup di wilayah perkotaan mulai mengalami yang namanya perubahan gaya hidup, masyarakat modern jaman sekarang menginginkan telepon genggam atau *smartphone* yang memiliki aplikasi yang canggih untuk mempermudah mereka mencari sebuah informasi atau mempermudah mereka dalam melakukan komunikasi.

Dahulu fungsi hp tadinya hanya sebatas untuk telepon maupun sms, namun, kini sudah berkembang semakin canggih, saat ini hp memiliki aplikasi untuk mengetik seperti kita mengetik di komputer, memiliki

kecanggihan untuk mengambil gambar seperti kamera digital dan bisa mengirimnya yaitu dengan aplikasi *bluetooth*, dan juga handphone memiliki aplikasi radio, kalkulator, merekam suara membuat video, ada aplikasi map yaitu aplikasi untuk mencari alamat yang ingin kita tuju, aplikasi untuk menerima wifi, menyebarkan wifi dan masih banyak lagi macamnya.

Dengan berkembangnya kecanggihan handphone yang ada sekarang ini, perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memberikan motivasi kepada konsumen dalam hal pembelian produk dan masing-masing perusahaan juga harus dapat memenangkan persaingan dengan menjual produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Dalam menghadapi keadaan pasar dimana kekuatan pasar berada ditangan pembeli, maka setiap perusahaan dituntut untuk mampu memprediksikan mengenai apa yang menjadi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) konsumen pada waktu yang akan datang, serta perusahaan harus mampu membuat produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Selain itu perusahaan harus mampu memasarkan produk yang dibuatnya sampai ke tangan konsumen.

Perkembangan jumlah perusahaan yang pembuat produk handphone beberapa tahun terakhir ini memiliki dampak terhadap pertumbuhan pengguna telepon genggam. Saat ini jumlah pengguna handphone sekitar 50 juta pelanggan yang berasal dari beberapa merek handphone seperti,

penggunaan handphone Samsung, Iphone Apple, Sharp, Advance, Motorola, LG, Mito, Aksio, Asus, Lenovo, Acer, Smartfren, Andromax, Oppo, Xiami.

Dengan semakin banyaknya perusahaan *smartphone* berdampak pula terhadap persaingan diantara mereka. Setiap strategi yang diterapkan diharapkan akan memberikan hasil maksimal sesuai dengan tujuan perusahaan.

Tingkat persaingan yang tinggi menyebabkan banyak perusahaan berusaha tetap bisa mempertahankan konsumennya, menarik konsumen baru, dan bahkan dapat merebut konsumen dari perusahaan pesaing untuk pindah pada produk yang dihasilkan perusahaan itu. Hal ini berarti strategi perusahaan harus dapat mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian.

Samsung merupakan perusahaan telepon seluler yang memiliki nama yang cukup baik dimata masyarakat Indonesia, Samsung cukup memiliki banyak peminatnya, namun saat ini banyak sekali pesaingnya seperti Iphone Apple, Sharp, Advance, Motorola, LG, Mito, Aksio, Asus, Lenovo, Acer, Smartfren, Andromax, Oppo, Xiami dan masih banyak lagi.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti, promosi khususnya iklan, iklan merupakan salah satu alat yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Iklan perlu dirancang dengan sungguh-sungguh, banyak iklan yang tayang sekarang ini kurang menarik konsumen dan membosankan karena rata-rata iklan yang ditayangkan sama saja dengan iklan pesaingnya.

Terkadang maksud isi iklan tersebut kurang dipahami oleh para penontonnya, penonton hanya menikmati musik atau gambar-gambar dari aktornya saja, dan isi iklan itu sendiri hanya sedikit memperlihatkan kualitas dari produk tersebut.

Dan juga harga produk sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, harga yang ditawarkan setiap perusahaan sangat beragam, harga yang terlalu mahal akan membebani konsumennya dalam melakukan pembelian, dan bahkan mungkin yang tadinya konsumen menyukai produk Samsung tersebut namun, karena harganya terlalu mahal mungkin dia akan beralih membeli produk yang lebih murah dengan kualitas yang sama.

Seperti kita lihat dalam artikel di Techinasia: Xiaomi Mi 4 yang baru, mempunyai harga RMB 2.000 (Rp 3,9 juta) di China, namun memiliki spesifikasi dan kualitas hardware yang secara keseluruhan setara dengan Samsung Galaxy S5 yang mempunyai harga RMB 4.500 (Rp 8,9 juta) di negara tersebut. Perusahaan penelitian Canalys mengutarakan bahwa Xiaomi dapat mengalahkan Samsung dalam segi penjualan untuk kali pertamanya tahun ini.<sup>1</sup>

Bisa kita lihat dalam artikel tersebut handphone merek Xiaomi dengan kualitas yang setara dengan merek Samsung Galaxy S5, memiliki perbedaan harga yang cukup terlampau jauh, harga handphone merek xiaomi dengan kualitas hampir setara dengan Samsung Galaxy S5 dibandrol harga hanya Rp.3,9 juta, dan Samsung Galaxy S5 dibandrol dengan harga Rp.8,9 juta, dengan kualitas yang setara dan harga yang cukup terjangkau pasti konsumen lebih memilih produk yang harganya murah dengan kualitas yang bagus.

---

<sup>1</sup><https://id.techinasia.com/5-alasan-mengapa-samsung-galau> ( diakses pada Senin, 29 Februari 2016, Jam : 9:30 WIB)

Dengan adanya pesaing Xiaomi ini, *smartphone* Samsung mengalami penurunan pembelian, dikarenakan handphone yang berasal dari china yaitu Xiaomi ini mampu memberikan harga yang murah dengan kualitas produk yang bagus seperti dikatakan oleh techinasia.com.

Tidak hanya Xiaomi saja yang menawarkan seperti itu. Banyak perusahaan pesaing menawarkan produk dengan kecanggihan yang bagus dengan harga yang lebih murah, itu bisa berdampak pada penurunan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk merek Samsung.

Namun, walaupun harganya murah rata-rata *smartphone* tersebut memiliki kualitas produk yang bisa dikatakan kurang baik, karena banyak dari *smartphone* tersebut mudah rusak dan tidak tahan lama.

Keluhan yang biasanya dirasakan konsumen seperti, baterainya yang mudah gembung, handphone yang error, handphone tidak bisa dioprasikan dan aksesoris handphone yang mudah rusak seperti, alat pengisi daya untuk baterai yang tidak bisa digunakan lagi maupun headset yang tidak berfungsi lagi.

Melalui kuesioner awal yang peneliti bagikan pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, dalam kuesioner tersebut terlihat menurunnya motivasi mereka dalam melakukan pembelian, mahasiswa yang tidak menggunakan *smartphone* Samsung tidak termotivasi untuk melakukan pembelian produk tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti mahalnya harga *smartphone* Samsung tersebut dan juga yang dahulunya menggunakan *smartphone* Samsung,

sekarang lebih terdorong atau termotivasi untuk melakukan pembelian handphone dengan merek lain.

Di sini seharusnya produsen harus mampu bersaing dalam hal harga dengan menciptakan produk yang lebih berkualitas lagi, agar konsumen terdorong atau tertarik melakukan keputusan pembelian.

Dengan meningkatnya motivasi seorang konsumen untuk membeli suatu produk akan meningkatkan keputusan pembelian karena apabila seseorang telah terdorong dirinya atau tertarik pada sebuah produk maka dia akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Masalah keputusan pembelian ini sangatlah menarik untuk dibahas karena setiap orang memiliki dorongan yang berbeda-beda saat mengambil keputusan untuk melakukan sebuah pembelian dan banyak juga penyebab-penyebab mengapa seseorang melakukan pembelian sebuah produk.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa buruknya dalam mengambil keputusan pembelian *smartphone* Samsung adalah, bisa disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Promosi yang kurang menarik
2. Tingginya harga produk
3. Rendahnya kualitas produk
4. Rendahnya motivasi konsumen

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari indentifikasi masalah diatas, 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 motivasi konsumen dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsungpada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut; “Apakah terdapat hubungan antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsungpada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta?”.

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Peneliti**

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan mengenai masalah motivasi konsumen dengan keputusan pembelian dan faktor yang mempengaruhinya.

## 2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan atau informasi bagi perusahaan-perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya.

## 3. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai bidang pemasaran.