

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan suatu kumpulan alat, aturan dan juga prosedur yang merupakan sebuah penerapan ilmiah dari sebuah pekerjaan tertentu (Jugiyanto, 2018). Menurut (Uska M Z dan Wirasasmita R H, 2018), smartphone adalah telepon selular dengan mikroprosesor, memori, layar dan modem bawaan. Smartphone merupakan ponsel multimedia yang menggabungkan fungsionalitas PC dan handset sehingga menghasilkan gadget yang mewah, di mana terdapat pesan teks, kamera, pemutar musik, video, game, akses email, tv digital, search engine, pengelola informasi pribadi, fitur GPS, jasa telepon internet dan bahkan terdapat telepon yang juga berfungsi sebagai kartu kredit.

Menurut (Mokalu et al, 2016) smartphone adalah telepon yang internet enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA), seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator, dan catatan. Menurut David Wood, Wakil Presiden Eksekutif PT Symbian OS, “Telepon pintar dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental: bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan.” Pengertian lainnya memberikan penekanan perbedaan dari dua faktor ini. Menurut (Uska M Z & Wirasasmita R H, 2018) smartphone adalah telepon selular dengan mikroprosesor, memori, layar dan modem bawaan.

Dominasi dari smartphone ditunjang oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor kemajuan internet yang sudah sangat mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Karena faktor tersebut smartphone menjadi perangkat yang paling banyak dipakai pengguna untuk mengakses internet. Dan tentunya penggunaan smartphone lebih maksimal apabila memiliki koneksi internet yang stabil (Genpro, 2017). Dari banyaknya pengguna smartphone di seluruh dunia dan Indonesia, maka begitu banyak juga merek smartphone yang hadir dan bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam penggunaan smartphone serta berlomba-lomba membuat smartphone paling canggih sehingga bisa bersaing dengan merek lainnya, mulai dari kamera dengan kualitas terbaik, smartphone dengan layar yang dapat dilipat, dan model layar tanpa bezel (Unonongo et al., 2017).

Menurut CNN Indonesia, Samsung Electronics Indonesia (SEIN) sejak tahun 1991 mempunyai inovasi yang sangat kuat untuk terus mengutamakan pada bidang produk, marketing dan kepuasan konsumen Indonesia, sehingga pada tahun 2012 SEIN berhasil mendapatkan posisi terdepan untuk total pasar ponsel. Pada tahun 2021 berdasarkan laporan firma riset pasar, IDC produsen teknologi asal Korea Selatan mendapatkan peningkatan pengiriman Samsung mencapai 272 juta ponsel sehingga meningkat menjadi 5,7% dibandingkan tahun sebelumnya (Advertorial, 2017). Menurut Kompas, Salah satu faktor yang membuat Samsung mampu bersaing dengan brand lain adalah konsistensi dalam mengeluarkan produk, bahkan Samsung selalu mengeluarkan produk terbaru setiap tahun. Smartphone Samsung yang terkenal didunia adalah Samsung Galaxy S23 Ultra

menjadi smartphone Android paling laris di dunia, mengungguli ponsel Android lainnya termasuk Galaxy Z Flip4, Xiaomi 13 hingga Huawei Mate 50. Samsung selalu memberikan teknologi layar terbaik untuk seluruh produknya. Bahkan, Samsung juga menyematkan teknologi layar Super AMOLED untuk hp yang tidak termasuk dalam kategori flagship. layar hp dengan teknologi Super AMOLED memiliki beberapa kelebihan, mulai dari tingkat responsif tinggi, komposisi warna yang tajam, hingga daya baterai yang hemat. Selain teknologi, produk hp Samsung juga memiliki kualitas ketahanan yang sama baiknya, hal tersebut dapat dilihat dari kualitas hardware yang tahan terhadap berbagai kondisi, seperti area berdebu, percikan air, dan tahan benturan (Kompas, 2021).

Tarif layanan Samsung di Indonesia semakin murah dan diperkirakan akan lebih terjangkau, serta harga telepon seluler (ponsel) Samsung keluaran baru pun kian murah sehingga penggunanya tak hanya konsumen kelas atas. Menurut CNBC, pada tahun 2019 Samsung mengeluarkan produk baru dengan seri ponsel Galaxy M-Series terdiri dari dua smartphone murah yaitu Galaxy M10 dan Galaxy M20 dengan tujuan untuk menyaingi penjualan smartphone Xiaomi yang mempunyai harga produk yang murah. Dengan pengeluaran produk baru Samsung ini memiliki kelebihan pada kedua ponsel pintar Galaxy M-Series dengan dilengkapi teknologi canggih seperti Infinity V-display, pengaturan kamera belakang ganda dan baterai berkapasitas besar. Kedua ponsel Galaxy M-Series itu memiliki beberapa kesamaan, namun ada banyak perbedaan utama yang menjadikan keduanya memiliki keistimewaan masing-masing, yaitu Samsung Galaxy M20 tersedia dalam pilihan penyimpanan RAM 4GB + 64GB, dan Galaxy

M10 tersedia dengan maksimum penyimpanan penyimpanan RAM 3GB + 32GB (Sebayang, 2019).

Lembaga riset ini memaparkan ada 5 merek smartphone yang merajai pasar smartphone di Indonesia. Berikut ini daftar lengkapnya:

MERREK HP	2020	2021	2022
SAMSUNG	22,7 %	18,8%	19,4%
APPLE	11,8%	23,1%	24,1%
XIAOMI	13,2%	15,2%	11%
OPPO	19.1%	20,8%	8,40%
VIVO	4,2%	19,6%	7.60%

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan

Sumber: Indonesia Data Center Tahun 2020, 2021, 2022

Dari grafik penjualan handphone diatas Samsung memuncaki penjualan handphone terbanyak di urutan pertama pada tahun 2020 sebanyak 22,7% lalu penjualan handphone terbanyak ke dua adalah Oppo sebanyak 19,1% dan urutan ke tiga adalah Xiami dengan penjualan sebanyak 13,2% lalu urutan ke empat adalah Apple dengan penjualan sebanyak 11,8% dan urutan terakhir dengan penjualan paling rendah pada tahun 2020 adalah Vivo dengan penjualan sebanyak 4,2% (IDC 2020)

Pada tahun 2021 Apple meningkat menjadi penjualan teratas nomor satu dengan tingkat penjualan sebanyak 23,1% dan Oppo mendapati peringkat ke dua

dengan penjualan sebanyak 20,8% di peringkat ke tiga Vivo mengalami kenaikan dengan penjualan sebanyak 19,6% dan Samsung menurun pada tahun 2021 dengan menempati peringkat ke empat dengan penjualan sebanyak 18,8% lalu Xiaomi menurun berada di peringkat ke lima dengan penjualan sebanyak 15,2% (IDC 2021)

Pada tahun 2022 penjualan handphone Apple memuncaki penjualan handphone terbanyak ke satu sebanyak 24,1%, sedangkan handphone Samsung penjualan terbanyak ke dua sebanyak 19,4% dan di uruta ke tiga Xiaomi mengalami penurunan sehingga penjualan pada tahun 2022 sebanyak 11%, Oppo 8,4% dan Vivo 7,60% (IDC 2022).

Menurut (Alnando dan Hutapea, 2021) menyatakan bahwa handphone Samsung dapat menguasai persaingan pasar handphone di Indonesia dengan kualitas produk yang berikan khususnya pada produk mereka yaitu Galaxy a series. Seri handphone ini di lengkapi dengan kualitas produk yang bagus tapi masih terjangkau oleh pelanggan.

Persaingan penjualan handphone bukan hanya pada faktor kualitas produk saja melainkan dengan faktor yang lain yaitu harga dan promosi. Dalam kasus ini brand Samsung pernah mengalami penuruna penjualan di karenakan kurangnya promosi yang dilakukan. Ini dikuatkan dengan sumber berita dari IDC yang di buat Tim Redaksi IDC (2021) yang menyatakan bahwa penjualan smartphone Samsung mengalami penurunan dalam penjualan dari pesaingannya yaitu produk smartphone Apple, Oppo dan Vivo. Berkaitan dengan hal ini maka penelitian ini

untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung dengan melakukan studi kasus di Bandar Lampung.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh research gap pada penelitian-penelitian terdahulu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Cindy Magdalena Gunarsih, 2021) menyimpulkan bahwa pengaruh harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Tetapi Hasil penelitian (Fahra Destarini, 2020) bahwa pengaruh harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

(Shofiyana S, 2020) Pada hasil penelitiannya bahwa kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh (M. Noorman Mulyadi, 2022) bahwa pengaruh harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

(Irdha Yanti Musyawarah, 2021) Pada hasil penelitiannya bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Nok Leni Anggriani, 2020) bahwa pengaruh promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari pembahasan diatas, maka penulis melakukan penelitian di bidang pemasaran dengan mengangkat judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Bandar Lampung”** dengan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Handphone Samsung pada Bandar Lampung,
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Handphone Samsung pada Bandar Lampung,
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Handphone Samsung pada Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung pada Bandar Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Handphone Samsung pada Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Handphone Samsung pada Bandar Lampung?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Handphone Samsung pada Bandar Lampung?

4. Apakah harga, kualitas produk, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung pada Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Samsung pada Bandar Lampung.
2. Untuk Mengetahui apakah Harga Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Handphone Samsung pada Bandar Lampung.
3. Untuk Mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Handphone Samsung pada Bandar Lampung.
4. Untuk Mengetahui apakah Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Handphone Samsung pada Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini akan dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk *smartphone Samsung*.

2. Manfaat praktis

Bagi mahasiswa yang menggunakan *smartphone* di harapkan hasil penelitian ini akan dapat memberi informasi dan masukan sehingga mahasiswa pengguna *smartphone Samsung* dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone*, seperti: harga, kualitas produk dan promosi.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Terdapat batasan-batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini berfokus kepada harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung.
2. Penelitian ini hanya berfokus kepada konsumen produk Handphone Samsung.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini di gunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, ruang lingkup dan Batasan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang deskripsi teori, kerangka pemikiran, hasil penelitian yang relevan dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi tempat penelitian, analisis data, serta pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran, yang merupakan bab akhir dari penelitian.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN