

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Smartphone merupakan salah satu kebutuhan masyarakat *modern* saat ini yang sangat penting untuk menunjang aktivitasnya. Kebutuhan tersebut berdampak pada kenaikan permintaan jenis alat komunikasi yang mengakibatkan persaingan dalam bisnis telekomunikasi. Kebutuhan ini diuntungkan oleh perusahaan elektronik sehingga muncul banyak berbagai merek-merek *smartphone*. Semakin majunya teknologi informasi mengakibatkan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas produk yang digunakan. Kebutuhan *Smartphone* telah menjadi kebutuhan utama yang berpengaruh penting bagi masyarakat *modern* saat ini.

Menurut Williams & Sawyer (2018) *smartphone* adalah telepon seluler dengan menggunakan berbagai layanan seperti memori, layar, mikroprosesor, dan modem bawaan. Fitur yang berada di *smartphone* ini terasa lengkap dibandingkan dengan fitur *handphone* biasa.

Menurut Sunsanto & Sawyer (2013) Samsung merupakan perusahaan telepon seluler yang memproduksi *smartphone* berbasis android. Android adalah sebuah Sistem Operasi (OS) yang dikembangkan oleh Google untuk perangkat *mobile device* atau lebih dikenal sebagai *smartphone*. Di pasar Negara-negara berkembang seperti negara Indonesia.

Tabel berikut adalah pengiriman, pangsa pasar, dan pertumbuhan *smartphone* di Indonesia pada 2021-2022 (pengiriman dalam jutaan).

Tabel 1. 1 *Market Share* Samsung

Perusahaan	Pengiriman 1Q22	Pangsa Pasar 1Q22 (%)	Pengiriman 1Q21	Pangsa Pasar 1Q21 (%)	Pertumbuhan YoY (%)
1. Samsung	2.1	23.3	2.0	18.7	2.9
2. OPPO	1.8	20.2	2.5	22.8	-26.8
3. vivo	1.5	17.1	1.7	16.0	-11.8
4. Xiaomi	1.3	14.6	2.2	20.1	-39.9
5. realme	1.1	12.3	1.3	11.7	-12.8
Others	1.1	12.5	1.1	10.6	-2.8
Total	8.9	100.0	10.8	100.0	-17.3
Sumber: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 1Q22					
Catatan: Angka-angka di atas merupakan hasil pembulatan					

Pada tabel tersebut Samsung menempati urutan teratas dalam penjualan dan perolehan pangsa pasar *market share*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, banyak mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta yang menggunakan *smartphone* merek Samsung, hal tersebut dikarenakan mahasiswa mementingkan *trend* dibandingkan kegunaan dasar dari *handphone* yaitu untuk berkomunikasi. Samsung termasuk produsen *handphone* berbasis *smartphone* yang selalu membuat inovasi produk baru sesuai *trend*. Dengan demikian menarik untuk diteliti apa yang menjadi alasan mahasiswa di Yogyakarta, menggunakan dan mengambil keputusan membeli *handphone* merek Samsung.

Selain itu pada kehidupan sehari-hari dapat dilihat bahwa masyarakat lebih mementingkan *smarphone* dari pada bersosialisasi dengan teman-teman atau kerabat yang ada di lingkungan sekitarnya. *Smartphone* juga tidak dapat terlepas

jauh dari gengaman dan dapat membuat seseorang lupa waktu jika telah memainkan *smartphon*-nya. Keputusan membeli *smartphone* tergantung dari banyak faktor seperti citra merek, kualitas produk dan harga.

Kotler & Amstrong (2016) keputusan pembelian konsumen berkaitan dengan pembelian merek yang paling populer atau disukai. Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan proses konsumen yang dihasilkan dari semua pengalaman mereka dalam mempelajari, memilih, menggunakan, dan bahkan mengeluarkan suatu produk.

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merek sebagai cerminan asosiasi dalam benak konsumen. Citra merek adalah asosiasi yang terbentuk di benak konsumen ketika mereka mengingat merek tertentu. Asosiasi dapat berupa pemikiran dan citra yang diasosiasikan dengan merek tertentu.

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas produk ialah suatu keahlian produk dalam melakukan fungsi – fungsinya, keahlian itu meliputi daya tahan, kehandalan, akurasi yang dicapai oleh produk secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan dan membuat mereka membeli produk tersebut.

Menurut Kotler & Amstrong (2016) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan

oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Berdasarkan penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Deisy et al (2018) citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone*, namun Alvatwa et al (2021) dan Lukitaningsih & Lestari (2023) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Jansen et al (2022) menemukan hasil penelitiannya bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*, sedangkan Alvatwa et al (2021) dan Riya et al (2023) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Deisy et al (2018) menemukan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone*, sedangkan Armayani & Jatra (2019) dan Lewiska et al (2023) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini ada 3 variabel independen yaitu variabel citra merek, kualitas produk dan harga produk. Variabel dependen adalah keputusan pembelian *Smartphone* Samsung
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan *smartphone* Samsung selama 1 tahun atau sudah pernah melakukan pembelian produk *smartphone* Samsung minimal satu kali.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Desember tahun 2022 – Selesai.

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *Smartphone* Samsung di Yogyakarta.

2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *Smartphone* Samsung di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada produk *Smartphone* Samsung di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Digunakan untuk menerapkan ilmu yang dipelajari selama kuliah, sehingga dapat memberikan wawasan tentang penelitian di bidang pemasaran.

2. Bagi STIM YKPN

Untuk memberikan referensi skripsi dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa khususnya pada bidang pemasaran.

3. Bagi Pembaca

Berguna sebagai referensi saat menyusun skripsi atau penelitian selanjutnya supaya lebih baik lagi. Memberikan pemahaman berkaitan dengan keputusan pembelian.