

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin mengglobal membawa dampak bagi dunia usaha. Adanya perkembangan dan kemajuan teknologi, dunia usaha dituntut dapat selalu bersaing dalam hal peningkatan untuk produk barang dan jasa. Salah satu kemajuan teknologi tersebut ada dibidang komunikasi yang telah ditandai dengan adanya berbagai alat komunikasi yang diciptakan untuk memudahkan sistem komunikasi bagi masyarakat. Salah satunya alat komunikasi yaitu menciptakan telepon seluler (ponsel) atau yang lebih dikenal dengan istilah *handphone*.

Saat ini perkembangan teknologi *handphone* semakin hari semakin pesat, baik kehandalan, fasilitas serta fitur-fiturnya terus ditingkatkan untuk memanjakan pemiliknya, sebagai sebuah produk teknologi maka setiap produsen *handphone* tidak akan pernah berhenti untuk terus meningkatkan kemampuannya, karena berhenti berinovasi berarti mati dari pasar akan direbut oleh produsen merek lain. Di satu sisi perkembangan teknologi *handphone* semakin hari semakin pesat, baik kehandalan, fasilitas serta fitur-fiturnya terus ditingkatkan untuk memanjakan pemiliknya.

Handphone (HP) adalah alat komunikasi media elektronik yang manfaatnya sama dengan telepon konvensional yang sangat mudah dibawa kemana-mana, mudah penggunaannya serta didalamnya terdapat banyak fitur-fitur yang sangat canggih untuk berkomunikasi. Handphone tidak hanya digunakan sebagai alat media telepon saja, handphone juga mempunyai manfaat lainnya seperti pengiriman dan penerimaan pesan singkat (SMS). Di beberapa bagian Negara penyedia jasa telepon genggam menyediakan layanan generasi ketiga (3G) yang menambahkan jasa videophone, alat pembayaran serta televisi online di telephone genggam tersebut.

Saat ini sangat banyak perusahaan handphone bersaing secara ketat dengan menawarkan berbagai macam-macam jenis produk sebelumnya. Setiap kebutuhan konsumen untuk menarik minat pembeli. Perkembangan teknologi handphone dari sejak pertama kali keluar hingga sekarang sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan-perusahaan pembuat handphone haruslah bersaing ketat dan mengeluarkan produk-produk terbarunya yang dapat menarik para konsumen untuk membeli produk mereka. Menyesuaikan setiap kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen dengan memperhatikan tingkat daya beli konsumen merupakan hal yang wajar untuk dipertimbangkan suatu perusahaan sebelum meluncurkan produk jenis baru. Banyak merek-merek handphone yang beredar dipasaran seperti Samsung, Xiaomi, Iphone, Huawei, Oppo, Nokia, Asus, dan masih banyak lagi yang lainnya yang menjadikan persaingan di pasaran semakin ketat. Banyak sekali vendor handphone yang mengeluarkan banyak jenis *smartphone* dalam satu tahun yang membuat bingung konsumennya karena banyak sekali pilihannya.

Samsung merupakan bagian dari satu perusahaan yang terbesar didunia. Dengan kualitas produk yang sangat terpercaya sebagai produk, desain, harga hingga citra mereknya sehingga dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Selain dari segi inovasi, citra merek juga menjadi salah satu pertimbangan bagi para konsumen sebelum membeli produk. Yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu (Tjiptono, 2005:49). Saat ini Samsung merupakan salah satu produk *smartphone* yang terlaris didunia salah satunya Indonesia.

Berbagai inovasi *smartphone* yang menyuguhkan kebutuhan konsumen menjadi tolak ukur produsen dalam menciptakan *smartphone* android untuk memberikan sebuah ponsel yang berkualitas dan mempunyai daya saing yang tinggi. Indonesia menjadikan produk Samsung sebagai produk yang terlaris dan banyak diminati oleh konsumen di berbagai kalangan.

Hal lain yang harus diperhatikan sebuah perusahaan dalam pemasaran produknya adalah harga produk. Harga produk khususnya produk Handphone saat ini harus dapat bersaing dengan competitor lain. Produsen harus memperhatikan inovasi yang diberikan dengan daya

beli masyarakat pada target pasar. Ditengah persaingan semacam ini, saat ini mulai bermunculan produk-produk alat komunikasi handphone baru yang berani bersaing di pasaran yang memberikan berbagai macam fitur canggih dan lengkap dengan harga yang bervariasi dan terjangkau bagi masyarakat kelas menengah. Dengan munculnya *trend handphone* murah, beberapa perusahaan berlomba-lomba ikut bersaing untuk menarik perhatian para konsumen. Salah satu brand besar handphone yang masih bertahan saat ini yang melakukan berbagai macam inovasi, yang masih bertahan saat ini yang berhasil melakukan berbagai macam inovasi, mempertahankan citra merek, dan menyesuaikan dengan persaingan harga pasar adalah Samsung.

Kesuksesan produsen dalam menarik minat konsumen dapat dilihat dari hasil penjualan produk tersebut. Berdasarkan pada data yang terdapat *Worldwide Smartphone* tentang data penjualan berbagai merek Smartphone, Samsung merupakan salah satu merek besar dengan penjualan terlaris. Oleh karena itu, citra merek yang melekat pada Handphone ini sangatlah kuat dengan banyak pengguna smartphone merek ini. Bahkan karena besarnya kepercayaan konsumen terhadap merek ini, pihak Samsung menjadi salah satu *Brand Handphone* yang memberikan garansi resmi di berbagai daerah, khususnya Indonesia Samsung menjadi pasar produk Smartphone.

Saat ini banyak sekali bermunculan merek handpone dengan berbagai macam model, desain, dan spesifikasi dengan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang handphone. Perusahaan handphone yang ada di Indonesia sangat banyak diantaranya, Samsung, Xiaomi, Iphone, Huawei, Oppo, Advan, Asus dan masih banyak lagi. Sehingga banyak pasar melakukan persaingan secara ketat untuk mendapatkan hasil yang baik.

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Pembelian Handphone Samsung A10
Di SM STORE Tahun 2017-2021

| Tahun | Jumlah pembeli | Perkembangan (%) |
|--------|----------------|------------------|
| 2017 | 73 | - |
| 2018 | 60 | 21,66 |
| 2019 | 57 | 5,26 |
| 2020 | 50 | 14 |
| 2021 | 105 | 52,38 |
| Jumlah | | 93,3 |

Sumber : SM STORE, 2024

Besarnya peluang pada pasar di Indonesia ini membuat produsen handphone dari berbagai penjuru Negara berlomba-lomba menawarkan handphone dengan fitur terbaru namun harga yang ditawarkan terjangkau. Banyaknya merek-merek yang bermunculan membuat para konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan dan harus selektif dalam memilih handphone agar sesuai dengan kebutuhannya, karena hal tersebut produsen perlu melakukan pengiklanan atau promosi sebagai penyediaan informasi produk bagi konsumen. Untuk menarik minat konsumen biasanya produsen menggunakan selebritas yang sedang digemari dikalangan masyarakat sebagai Brand Ambassador dalam pengiklanan produknya.

Strategi pengiklanan menggunakan Brand Ambassador bukan merupakan hal yang baru lagi, strategi ini biasanya digunakan produsen yang sangat efektif. Menurut Lea Greenwood, (2012:88) *A Brand Ambassador is a tool used by companies to communicate and connect with the public, regarding how they actually enhance sales.* Brand Ambassador adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan public, tentang bagaimana mereka benar-benar meningkatkan penjualan.

Samsung terus melakukan berbagai macam inovasi agar terus dapat merajai puncak segmen penjualan Smartphone. Inovasi merupakan salah satu cara pemasaran supaya suatu produk bisa terus berjalan dan berkembang menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu yang mendasari ini karena banyak handphone yang mulai banyak berinovasi apalagi di jaman yang sudah maju ditambah lagi keputusan pembelian yang sudah sangat beragam.

Sejak tahun 2009, Samsung Elektronik memiliki pabrik dan jaringan penjualan di 88 negara. Dahulu Samsung pernah dikenal sebagai produsen komponen seperti baterai litium-

ion, semikonduktor, chip, memori Flash, dan perangkat hard drive untuk klien seperti Apple, Sony, HT, dan Nokia. Dengan perlahan Samsung meninggalkan bisnisnya dan memulai untuk menciptakan produk baru, sehingga pada tahun 2011 Samsung dapat menggeser posisi Apple Inc sebagai perusahaan teknologi terbesar di Dunia. Adapun penjualan produk Samsung di Indonesia tahun 2017 – 2021 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Penjualan Hp Samsung di Indonesia Tahun 2017-2021

| Tahun | Target (Pcs) | Realisasi (Pcs) | Pencapaian Target (%) |
|-----------|--------------|-----------------|-----------------------|
| 2017 | 62.000.000 | 60.120.000 | 96,9% |
| 2018 | 75.000.000 | 75.254.000 | 100,3% |
| 2019 | 90.000.000 | 85.105.000 | 94,6% |
| 2020 | 95.000.000 | 90.457.000 | 95,2% |
| 2021 | 100.000.000 | 96.345.000 | 96,3 |
| Rata-rata | | | |

Sumber :SM STORE (2024).

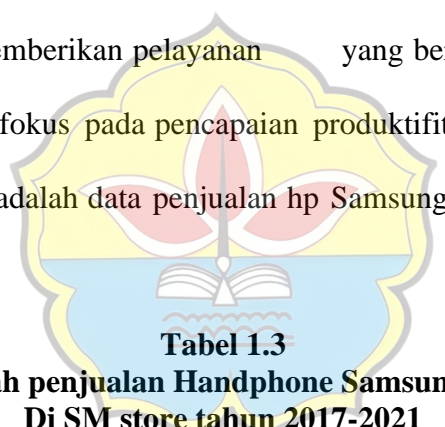
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2017 hingga tahun 2021 target penjualan Hp Samsung selalu meningkat. Selain itu, realisasi dari penjualan Hp Samsung di Indonesia dari tahun 2017-2021 dapat dinilai baik sebab hampir mencapai target. Pada tahun 2018 terjadi penjualan diluar target yang ditetapkan yaitu sebesar 100,3%. Hal ini menunjukkan bahwa Hp Samsung sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia.

Samsung A10 merupakan Smartphone varian ponsel pintar yang terbaru yang ada di pasaran. Mendengar atau dijejahi dengan informasi ini, memberikan beberapa pilihan dengan sistem operasi yang sama Samsung menjadi lebih bewarna, dan sesuai kebutuhan. Pertama kali rilis di tahun 2019 ini di Vegas, Amerika Serikat, Korea Selatan, dan lain-lain.

Menurut Kotler dan Amstrong (2009:48), dimana harga adalah sejumlah utang yang dibedakan atas suatu produk, jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadikan tolak ukur dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan

dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dalam menghadapi persaingan akan menimbulkan datangnya permintaan produk yang dipasarkan. Bertambahnya permintaan ini karena strategi yang digunakan perusahaan Samsung berhasil membangun citra merek produk yang baik dimata konsumen, namun persaingan tersebut tidak membuat Handphone Samsung berhenti berinovasi dengan bentuk, desain, dan fitur yang ditawarkan agar konsumen dapat merasa puas dan nyaman dalam menggunakannya.

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya persaingan bisnis yang mengalami persaingan yang cukup tajam. Persaingan saling alih posisi puncak yang dialami oleh produk Samsung dan lainnya. Kemajuan perekonomian di era globalisasi ini juga mendorong pertumbuhan pada sector jasa. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat perusahaan jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Seringkali perusahaan hanya berfokus pada pencapaian produktifitas dengan mengabaikan kualitas terhadap pelanggan. Berikut ini adalah data penjualan hp Samsung A10 di SM STORE pada tahun 2017-2021:



Tabel 1.3
Jumlah penjualan Handphone Samsung A10
Di SM store tahun 2017-2021

| Tahun | Jumlah penjualan (unit) | Perkembangan (%) |
|--------|-------------------------|------------------|
| 2017 | 74 | - |
| 2018 | 79 | 6,32 |
| 2019 | 82 | 3,65 |
| 2020 | 69 | 18,84 |
| 2021 | 85 | 18,82 |
| Jumlah | | 47,63 |

Sumber : SM STORE, 2024

Beberapa tahun ini produk Smartphone Samsung memang masih menjadi *market leader* dalam kategori Smartphone, tetapi beberapa tahun ke depan belum tentu dikarenakan persaingan dalam bisnis sangatlah ketat. Pesaing-pesaing produk Smartphone baru terus-menerus bermunculan setiap saat untuk membuat produk yang terbaik demi menjadi pemimpin

pasar. Produsen yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen. Perilaku berpindah merek pada pelanggan atau konsumen merupakan suatu fenomena yang kompleks yang dipengaruhi faktor-faktor keperilakuan, dan persaingan. Banyaknya varian produk yang ditawarkan antar produsen berdampak pada rentannya loyalitas konsumen yang ditandai dengan adanya perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek lain yang disebabkan oleh berbagai alasan (Peter dan Olson, 2014:184). Produk handphone Samsung terus berinovasi dalam menciptakan produk-produknya yang sangat canggih dan modern untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Samsung terus menciptakan produk baru yang disertai spesifikasi dan juga fitur-fitur terbarunya yang lebih canggih dan sangat lengkap. Produk hanphone ini sangat diminati banyak masyarakat Indonesia dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas karena produk ini mempunyai harga yang cukup terjangkau.

Dilihat dari Handphone Samsung ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, dapat dilihat jika kita sedang di mall ataupun di tempat-tempat keramaian lainnya orang-orang terus sibuk dengan handphonenya, ada juga yang sedang *Chatting* dengan menggunakan handphonenya Samsungnya, ada juga yang sedang *Update* dan bermain *Game*, *Twitter* dan masih banyak lagi jika dilihat dari *Interst* (minat), masyarakat yang tinggi terhadap pembelian produk Handphone bermerek Samsung. Dengan motif gengsi dan juga memiliki *Operating System* andalan yakni Google Play yang kini telah banyak trend dan menimbulkan budaya konsumtif yang tak akan pernah habisnya pada masyarakat masa kini. Dan dari *Opinion* (pendapat), dalam mengikuti perkembangan teknologi pada kalangan masyarakat sekarang ini banyak orang-orang tertarik untuk menggunakan Handphone Samsung.

Berikut ini perbandingan Tiga handphone yaitu Handphone Samsung A10 dengan handphone Xiaomi Redmi 10 5G dan Oppo A76 pada tabel berikut ini:

Tabel 1.4
Data Perbandingan Harga & Spek Samsung A10

Dengan Xiaomi Redmi 10 5G dan OPPO A76

| SAMSUNG A10 | XIAOMI REDMI 10 5G | OPPO A76 |
|--|--|--|
| Harga : 2.472.000 | Harga: 2.329.000 | Harga: 2.375.000 |
| Daya Baterai: Li-Ion 3400 Mah, non-removable Teknologi: GSM/ HSPA/LTE | Daya baterai: 5000mAh | Daya Baterai: 5000 mAh Kapasitas Ram: 6GB+128GB |
| RAM: 32GB Size: 6.2 inch | RAM : 5GB-125GB | Ukuran Layar:1 6.66 inci |
| Kecepatan Unduh: 150 MB CPU: Mali- G71 MP2 | Kecepatan CPU : 2,2 GHz | Screen Resolution: 720 x 1612 pixel. |
| Resolusi : 720 x 1520 pixel, 19,9 ratio Weight: 168 g (5.93oz) | Kamera Belakang : 2MP Kamera Depan :5MP | Detail Prosesor: SMM625 Snapdragon 680 |
| Kamera Belakang: 13MP Kamera Depan: 8MP OS: Android 9.0 (pie), Upgradable to Android 11. Type: IPS LCD | Layar Utama: 6.58 inci Tampilan visual: FHD+(2048 x 1080 piksel). | USB: Type- C Kamera Belakang: 13MP Kamera Depan:8MP |

Sumber: SM STORE, 2024

Produk handphone Samsung terus berinovasi dalam menciptakan produk-produknya yang canggih dan modern untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Samsung terus menciptakan produk baru yang disertai spesifikasi dan juga fitur-fitur terbarunya yang lebih canggih dan lengkap. Produk handphone ini sangat diminati oleh banyak masyarakat Indonesia dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas karena produk ini mempunyai harga yang sangat terjangkau.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP SAMSUNG A10 DI SM STORE KOTA JAMBI”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pesaing bisnis handphone tipe baru banyak bermunculan dengan berbagai tipe dan harga sehingga adanya persaingan.

2. Kecendrungan konsumen dalam memilih *smartphone* merek Samsung dibanding merek lain.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran harga dan keputusan Pembelian Hp Samsung A10 di SM Store Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan Pembelian Hp Samsung A10 di SM Store Kota Jambi?

1.4. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pada umumnya terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai. Hal ini dimaksud agar seorang peneliti dapat menentukan kearah mana seharusnya berjalan dan berbuat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran harga, dan keputusan Pembelian Hp Samsung A10 di SM Store Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan Pembelian Hp Samsung A10 di SM Store Kota Jambi.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai ilmu pemasaran khususnya berkaitan dengan pengaruh terhadap keputusan pembelian Hp Samsung A10.
2. Bagi peneliti lain dapat dijadikan referensi dan acuan apabila ingin meneliti kajian yang sama.

3. Penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengambil lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Terutama bagi produk Samsung A10 untuk diterapkan kedepan.
4. Diharapkan dapat menambah bahan referensi dan masukan bagi penelitian yang memiliki topik yang sama.
5. Bagi pedoman Mahasiswa/I untuk dipelajari.

