

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi saat ini semakin canggih, terutama di bidang telekomunikasi. Pesaingan dunia bisnis produk komunikasi seperti handphone memiliki perkembangan yang pesat dengan berbagai inovasi. Handphone merupakan alat komunikasi tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan manusia. Komunikasi sudah sangat melekat pada setiap individu sebab dengan berkomunikasi manusia dapat menjalankan aktivitas sehari-hari. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi antara dua individu atau lebih secara efektif sehingga dapat dipahami dengan mudah. Salah satu bidang yang mengalami kemajuan adalah bidang teknologi dan informasi. Saat ini perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan secara aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat agar orang dapat melakukan pekerjaan dengan cepat, dibutuhkan sarana pendukung seperti alat komunikasi tidak lain adalah smartphone. Selain itu dengan smartphone kita dengan cepat dan mudah memberi informasi atau pesan kepada orang yang jauh. Kecanggihan teknologi baik secara teknologi maupun informasi semakin terbukti dengan banyaknya fitur-fitur yang terdapat dalam handphone seperti internet, game dan masih banyak lagi yang dapat membantu dan menunjang kelangsungan hidup manusia.

Saat ini handphone sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua orang di dunia. Terdapat banyak faktor pertimbangan dalam mengambil keputusan

pembelian.faktor-faktor tersebut yang menjadikan suksesnya suatu produk,dan strategi pemasaran yang baik dan tepat sangat membantu dalam persaingan yang kompetitif.

Tingginyapersainganpada smartphone hal ini menuntut para produsen untuk meningkatkan kualitas produknya sehingga mendapat kepercayaan lebih dari konsumen, apabila produk yang dihasilkan adalah kualitas yang baik maka akan berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen pilihan oleh pelanggan pada toko Mcell Oesepa Kupang karena memiliki spesifikasi ram serta internal memori yang besar sehingga dapat menyimpan beberapa aplikasi data-data dokumen perkuliahan dan game sebagai media hiburan. Kesuksesan realmi sendiri tidak lepas dari strategi perusahaan yang meluncurkan smartphone spesifikasi kelas atas dengan harga yang terjangkau salah satu upaya agar smartphone realmi dapat memberikan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen. Menurut Solomon (2011) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Citra merek merupakan bagaimana konsumen mempersepsikan identitas suatu perusahaan, merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari Counter dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi. Citra merek dilihat dari asosiasi yang dimiliki orang-orang terhadap suatu merek. Kekuatan merek bergantung pada tingkat kepositifan dan seberapa sering munculnya di benak konsumen. Penting bagi perusahaan untuk mengatur asosiasi macam apa yang

dapat dibuat dari sinyal-sinyal yang mereka tunjukkan, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki identitas merek yang jelas. Dengan citra merek kuat, tingkat penjualan produk pun dapat meningkat. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat penting karena dengan tingkat harga yang ditetapkan pada counter Mcell Oesapa Kupang dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah satu handphone dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga di counter Mcell Oesapa Kupang harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan merek handphone realmi yang dituju agar penjualan handphone semakin meningkat. Dalam hal ini, harga realmi dalam berbagai varian memiliki harga yang terjangkau.

Menurut Nugroho J. Setiadi (2008, hal. 415) “Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan, dimana suatu perusahaan harus dapat menarik konsumen untuk memutuskan dalam pembelian produk atau jasa”. Perusahaan harus mempunyai ide-ide yang bagus dan menarik agar konsumen tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Sutojo (2009, hal. 80) “Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian, diantaranya adalah kesesuaian spesifikasi dan mutu produk dengan standar yang ditemukan, kelayakan harga dan syarat

pembayaran, ketetapan jadwal pengiriman produk yang dipesan, prospek perkembangan bisnis”.

Tabel 1.1

Tipe Dan Harga Smartphone Realme di Mcell Oesapa Kupang

No	Tipe Handphone Realme	Harga
1	Realme 9 Pro+	5.499.000
2	Realme 9 Pro	3.999.000
3	Realme GT Master Edition	4.999.000
4	Realme 8i	2.599.000
5	Realme C25Y	2.099.000
6	Realme C11	1.349.000

Sumber : Couter Mcell Oesapa Kupang

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa masing –masing tipe produk smartphone realmi memiliki harga yang berbeda-beda yaitu yang pertama tipe smartphone realmi 9pro+ dengan harga Rp: 5.499.000,yang kedua smartphone realmi 9pro dengan harga Rp: 3.999.000,yang ketiga smartphone realmi Gt master Edition dengan harga Rp: 4.999.000,yang keempat smartphone realmi 8i dengan harga Rp: 2.599.000,yang kelima smartphone realmi C25Y dengan harga Rp: 2.099.000 dan yang keenam smartphone realmi C11 dengan harga Rp: 1.349.000.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amilia dan Nasution (2017) pengaruh citra merek,harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. Hasil penelitian menunjukkan citra merek,harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian terdahulu oleh Amilia dan Nasution (2017)

- a. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek xiami di kota langsa.
- b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek xiami di kota langsa
- c. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek xiami di kota langsa

Saran penelitian terdahulu oleh Amilia dan Nasution (2017)

1. Produsen xiami hendak nyameningkatkan kualitas produk seperti menambah fitur-fitur hanphone dan meningkatkan kualitas perangkat keras lain nya untuk menarik minat konsumen dalm membeli.
2. Harga jual hanphone Realme hendak nya disesuaikan dengan kualitas produk.namun untuk tipe tertentu tidak dijual dengan harga terlalu tinggi agaragar konsumen tidak mengurungkan niat nya memebeli xiami.

Penelitian yang dilakukan oleh Ririnta dwi shinta(2018), pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian smarphone iphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universsitas sumatra utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga,kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian terdahulu oleh Ririnta dwi shinta (2018) adalah :

1. Harga, kualitas produk, dan citra merek seacara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone pada mahasiswa ekonomi dan bisnis universitas Sumatra utara

2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Sumatra utara
3. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Sumatra utara.

Saran penelitian terdahulu oleh Ririn dwi shinta (2018)

1. Harga sebagai salah satu indikator yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga harga yang semakin tinggi tentunya akan mengakibatkan konsumen enggan membeli iphone.
2. Kualitas produk juga menjadi salah satu indikator yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Citra merek menjadi salah satu indikator yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga citra merek yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk membeli iphone.

Konsumen atau pelanggan biasanya mempunyai kebiasaan untuk berbagi informasi dengan teman-teman mereka tentang produk-produk yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang tinggi, diagram di atas menunjukkan bahwa produk yang dibeli memenuhi harapan pelanggan, sehingga terjadi referensi positif yang muncul, hal ini perlu diperhatikan oleh karyawan Mcell Oesapa Kupang sebab konsumen lebih berminat untuk menceritakan pengalaman positif daripada pengalaman negatif mereka peningkatan merek smartpone realmi yang diberikan kepada konsumen yang mempunyai

pengaruh positif terhadap keputusan pembelian maka citra merek smartpone realmi yang diberikan mampu memenuhi pengharapan konsumen, maka konsumen yang bersangkutan akan merasa puas dengan kualitas produk tersebut.

Dengan berdasarkan uraian di atas maka penulis menguraikan Judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme Pada Mcell Oesapa Kupang’**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **”Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smatrphone Realme Pada Mcell Oesapa Kupang”**

1.3 Persoalan Masalah

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian smarthpone Realme?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Realme?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smarthpone Realme?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Realme.

2. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Realme.
3. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Realme.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan menjadi sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam khususnya citramerek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone realme.
- b. Dapat bermanfaat bagi mahasiswa ekonomi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
- c. Sebagai informasi bagi pembaca atau peneliti yang ingin melakukan penelitian pada bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dibangun suatu model yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

- a. Bagi Penelitian.

Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan terhadap pengaruh citramerek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone realmi.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan atau informasi tambahan bagi pihak perusahaan yang mengeluarkan produk smartphone realmi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone realme