

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin pesat diikuti dengan tanggapnya masyarakat dengan perkembangan tersebut. Seperti halnya penggunaan *smartphone*, saat ini hampir seluruh masyarakat di Indonesia telah mempunyai perangkat *smartphone*. Hal ini juga didorong dengan adanya pandemi *Covid-19* yang ada di dunia khususnya Indonesia, dimana hal ini menyebabkan penggunaan *smartphone* menjadi sarana utama dalam segala aspek kegiatan. Maka dari itu kepemilikan *smartphone* sangat penting bagi setiap individu, mulai dari pejabat, karyawan sampai anak-anak sekolah. Hal ini juga didukung oleh riset IDC yang mengatakan bahwa terdapat pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia pada kuartal 3 tahun 2020 yakni mengalami kenaikan sebesar 49% dari kuartal sebelumnya serta naik 21% dari tahun lalu dengan periode yang sama (tekno.sindonews.com).

Karena itu, hal ini mengakibatkan semakin banyaknya pengusaha *smartphone* yang ingin menguasai pasar. Kompetisi yang diciptakan oleh para pesaing *smartphone* menjadi sangat ketat, mengingat bahwa setiap produsen pasti akan berupaya semaksimal mungkin dalam memasarkan produknya. Dengan banyaknya *brand smartphone* akan membuat para konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan produk mana yang akan dipilih. Oleh karenanya, produsen *smartphone* harus memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumen, agar produknya terpilih oleh konsumen.

Salah satu *brand smartphone* yang sudah dikenal Sebagian masyarakat adalah *smartphone* Samsung. *Smartphone* Samsung merupakan *brand* yang berasal dari Korea Selatan. Samsung pertama kali didirikan pada tahun 1938 namun bukan sebagai perusahaan elektronik melainkan sebagai perusahaan dagang dan Samsung menjadi perusahaan elektronik pada tahun 1969. Samsung telah dikenal banyak orang dengan pembaruan-pembaruannya yang canggih pada produk yang baru dikeluarkan.

Tabel 1.1  
*Top Brand Index*

<b>Brand</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Samsung	48.6%	45.8%	46.5%	37.1%
Oppo	11.2%	16.6%	17.7%	19.3%
Xiaomi	5.5%	14.3%	10.1%	12.4%

Sumber: *Top Brand Index*

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *smartphone* Samsung memiliki data yang cenderung menurun dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021. Pada 2018 Samsung berada pada nilai sebesar 48.6%. Lalu pada tahun berikutnya mengalami penurunan menjadi 45.8%. Pada tahun 2020 yakni sebesar 46.5% dengan mengalami sedikit kenaikan, lalu di tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup banyak yakni menjadi sebesar 37.1%, dimana penurunan ini hampir 10% dari tahun lalu.

Data tersebut diperoleh dari Top Brand Index yang menyediakan informasi mengenai merek-merek dari suatu produk, dimana hal ini membuktikan

kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek. Hasil yang ada pada Top Brand Index merupakan hasil survey dari pelanggan yang berperan sebagai responden utama. Dalam surveynya, terdapat tiga hal yang digunakan antara lain *Mind Share*, *Market Share*, dan *Commitment Share*.

Tabel 1.2  
Market Share Counterpoint

<b>Brand</b>	<b>2019 (Q2)</b>	<b>2020 (Q2)</b>	<b>2021 (Q2)</b>
Xiaomi	21.9%	15%	26%
Vivo	7.8%	23%	21%
Oppo	17.5%	21%	20%
<b>Samsung</b>	<b>27%</b>	<b>19%</b>	<b>13%</b>
Realme	7.6%	12%	11%
Others	18.3%	8%	9%

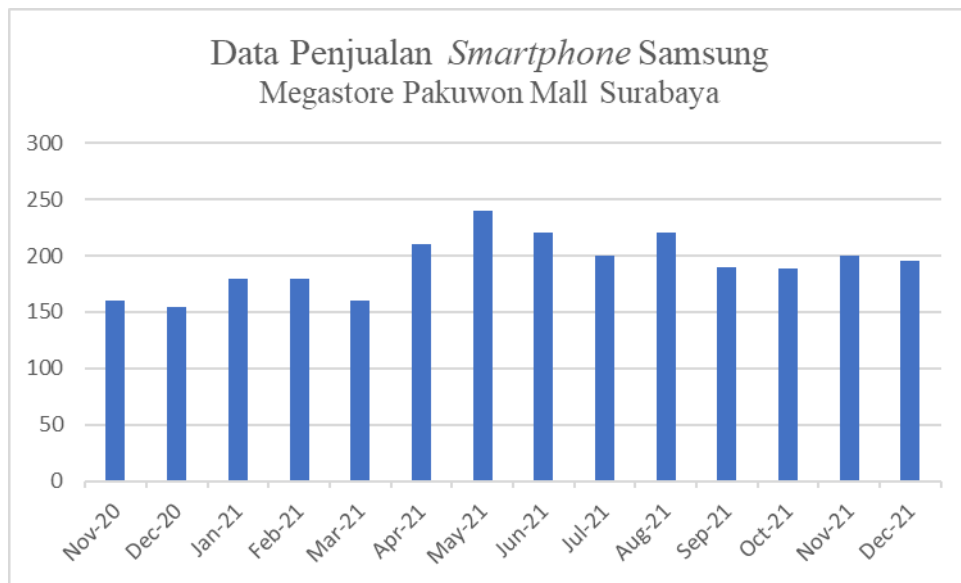
Sumber: *Counterpoint*

Pada sumber lainnya juga mengatakan bahwa Samsung mengalami penurunan hingga tiga tahun berturut turut, yakni pada tahun 2019, 2020, 2021 tepatnya terjadi pada kuartal 2. Pada tahun 2019 Samsung memiliki *market share* sebesar 27% lalu menurun menjadi 19% pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 menurun lagi menjadi 13%.

Dari dua sumber diatas mengatakan bahwa *smartphone* merek Samsung mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut terjadi dengan kemungkinan bahwa para konsumen menjadi lebih selektif dalam melakukan pembelian. Sebelum

melakukan sebuah keputusan untuk membeli suatu produk, konsumen mungkin akan mempertimbangkan dari segi kualitas produk serta citra merek dari produk tersebut.

Gambar 1.1  
Data Penjualan Smartphone Samsung



Sumber: Toko Megastore Pakuwon Mall Surabaya

Pada diagram diatas diketahui bahwa penjualan *smartphone* Samsung mengalami keadaan yang fluktuatif. Data tersebut merupakan data penjualan pada toko Megastore Pakuwon Mall Surabaya. Terlihat bahwa dari Januari 2021 hingga Desember 2021 penjualan *smartphone* Samsung mengalami penjualan yang tidak stabil. Hal ini tentunya ada keterkaitan dengan keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.

Banyak faktor yang dapat menyebabkan penjualan mengalami penurunan maupun mengalami kondisi fluktuatif. Salah satunya adalah kualitas dari produk,

perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan suatu kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan para calon pembeli agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Semakin baik kualitas produk akan semakin meningkatkan tingkat pembelian. Menurut Armstrong dalam Ajat et al, (2020) Kualitas Produk merupakan segala sesuatu yang terkait dengan apa yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk mendapat sebuah perhatian, dibeli, dan digunakan atau dikonsumsi yang nantinya dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Brand elektronik asal Korea Selatan ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan brand smartphone lain. 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. Menurut Kompas.com keunggulan yang dimiliki Samsung antara lain awet (hardware yang tahan terhadap berbagai kondisi, seperti area berdebu, percikan air, dan tahan benturan. Sementara, untuk software, pengguna tetap bisa melakukan upgrade sistem operasi hingga lima tahun ke depan), kualitas prima, aksesoris mudah ditemukan, service outlet resmi, seri lama yang up to date dan rajin mengeluarkan produk terbaru.

Meskipun Samsung memiliki kelebihan-kelebihan tersebut, CNN Indonesia mengatakan Perusahaan teknologi asal Korea Selatan, Samsung Electronics diterpa isu layar bermasalah. Ada beberapa model yang mengalami isu tersebut. Perangkat-perangkat ponsel tersebut antara lain Galaxy Note 8, Galaxy Note 9, seri Galaxy S9, Galaxy S10 Lite, Galaxy Note 10 Lite, dan S20 Ultra. Sejumlah pengguna mengeluhkan layar smartphone yang tampak kehijauan setelah pembaruan

firmware terbaru. Firmware bisa diartikan sebagai perangkat tegar atau perangkat terintegrasi. Atau secara lebih jelasnya, jenis perangkat lunak (software) ini mengacu pada bagian sistem yang melakukan berbagai macam proses rutin yang tersimpan dalam ROM (Read Only Memory).

Menurut SamMobile Adapun seri lainnya yakni seri Galaxy A dan Galaxy M penggunaanya telah menemukan masalah aneh yang menyebabkan perangkat mereka mati tiba-tiba dan menyala sendiri secara otomatis. Tak hanya tiba-tiba mati dan menyala sendiri, keluhan masalah lain juga dilaporkan pengguna. Mereka melaporkan bahwa perangkat mereka terjebak dalam loop boot sebelumnya dan tidak melewati logo Samsung saat dihidupkan atau perangkat mereka stagnan tak bisa masuk program.

Citra Samsung telah dikenal baik oleh masyarakat Indonesia terbukti dengan hasil studi Hootsuite dan We Are Social yang diakses di Bogor, Jawa Barat pada tanggal 15 Februari 2021 diketahui bahwa Samsung merupakan merek *smartphone* yang paling banyak dicari di mesin pencari Google selama tahun 2020. Dengan adanya isu-isu yang ada di dalam kualitas produk ini pasti akan berdampak kepada citra merek Samsung yang bisa menjadi buruk. Citra merek merupakan pikiran atau rasa yang dialami oleh konsumen saat mendengar ataupun melihat nama merek suatu produk atau juga inti dari apa yang mereka pelajari mengenai merek tersebut (J. Supranto dalam Salman, 2018).

Semakin baik kualitas produk dan citra merek yang diciptakan akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen, yang nantinya akan

berimbas ke tingkat penjualan yang akan semakin meningkat. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian dari Nuraini dan Muhammad Jazim Hamidi (2020) dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz” dengan variabel penelitian citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y). menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yaitu dari Dian Rahmawaty dan Adek Rilman Nur (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Oppo” dengan variabel citra merek (X1) variabel kualitas produk (X2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y) menghasilkan variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dalam Ajat et al (2020) Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen berada dalam proses mengambil keputusan untuk benar-benar membeli suatu produk. Artinya adalah konsumen akan melewati beberapa proses sebelum menentukan membeli suatu produk. Menurut Abdullah dan Tantri dalam Salman (2018) ada empat faktor konsumen yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yakni: (1) Faktor kebudayaan (2) Faktor sosial (3) Faktor pribadi (4) Faktor psikologi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, penelitian ini akan berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Samsung Di Megastore Pakuwon Mall Surabaya”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada smartphone Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada smartphone Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada smartphone Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada smartphone Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Industri

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran pada pihak perusahaan tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap peningkatan penjualan smartphone Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya.

2. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi mahasiswa sebagai peneliti selanjutnya apabila akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas produk dan citra merek.

3. Bagi Penulis



Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dan wawasan penulis serta memperkaya ilmu pemasaran pada khususnya dan ilmu manajemen pada umumnya.