

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup manusia sangatlah berbeda dari berabad tahun yang lalu. Seperti yang kita ketahui, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Oleh karena itu manusia melakukan komunikasi dengan berbagai orang, baik dari segi individu maupun dalam kelompok. Menurut Wood (2019), “Komunikasi adalah pertukaran pesan dan pemahaman antara pengirim dan penerima melalui berbagai kode dan saluran komunikasi. Sehingga komunikasi memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku yang sesuai dengan komunikator. Komunikasi sebagai kebutuhan dasar bagi setiap manusia, dengan melakukan kegiatan komunikasi manusia akan saling berinteraksi satu sama lain. Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, alat komunikasi yang diciptakan tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja, melainkan dapat juga digunakan untuk keperluan yang lainnya seperti membuat foto, video, browsing, membaca berita, bermain game, melakukan belanja online, mobile banking, bacaan kitab suci, bahkan terdapat aplikasi pemberitahuan waktu ibadah yang mengingatkan para pengguna alat komunikasi tersebut, tetapi beberapa aplikasi tersebut memerlukan koneksi internet untuk mengaksesnya.

Alat komunikasi tersebut populer dengan sebutan smartphone (Ponsel Pintar), dinamakan seperti itu karena smartphone tersebut dapat membantu serta

memudahkan segala aktivitas pemiliknya. Smartphone adalah telepon seluler dengan mikroprosesor, memori, layar dan modem bawaan. Smartphone merupakan ponsel multimedia yang menggabungkan multimedia fungsionalitas komputer dan handset sehingga menghasilkan gadget yang mewah, dimana 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.



sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1. 1 Perkiraan Pengguna Smartphone

Mengutip dari dari katadata penggunaan smartphone di Indonesia akan terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 hanya terdapat 28,6% populasi di Indonesia yang menggunakan ponsel pintar tersebut. Seiring berjalannya waktu, harga smartphone semakin terjangkau yang mengakibatkan meningkatnya para pengguna gawai tersebut. Hingga tahun 2025 diprediksikan setidaknya akan ada 89,2 persen populasi penduduk di Indonesia yang akan memanfaatkan beragam fitur dari smartphone. Hal itu mengacu dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019 sampai

2025, penetrasi ponsel pintar di Indonesia yang akan tumbuh sekitar 25,9 persen.

Di jaman modern seperti saat ini ada beberapa merek smartphone yang sangat populer di pasaran seperti Samsung, Oppo, Xiaomi dan merek lainnya yang selalu bersaing. Samsung merupakan salah satu perusahaan pembuat perangkat elektronik terbesar di dunia yang berkantor di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Samsung didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938, Samsung Group juga sebagai konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Pertama kali Samsung mengeluarkan handphone pada dekade 90-an, saat itu Samsung Group mengikuti perkembangan jaman dan mengeluarkan mobile phone yang ternyata cukup menarik pasar dunia dan membuat brand Samsung semakin terkenal.

Tabel 1. 1 TopBrand Award 2020-2023

<i>Brand</i>	<i>Top Brand Index</i>			
	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Samsung</i>	46,5%	37,1 %	33%	32,9%
<i>Oppo</i>	17,7%	19,3%	20,6%	23,4%
<i>Xiaomi</i>	10,1%	12,4%	11,2%	10,6%

Sumber : Top Brand Index (2020-2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Samsung selalu menempati top brand nomor 1 dalam penjualan di Indonesia, namun persentase penjualannya mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 persentase penjualan Samsung sebesar 46,5%, lalu pada tahun 2021 persentase penjualannya turun menjadi 37,1%, pada tahun 2022 mengalami penurunan lagi menjadi 33%, dan pada tahun 2023 mengalami sedikit penurunan dengan persentase penjualan 32,9%.

Tabel 1. 2 Data pengiriman, Pangsa Pasar, dan Pertumbuhan YoY Smartphone Tahun 2022-2023 di Indonesia

Perusahaan	Pengiriman 1Q22	Pangsa Pasar 1Q22 (%)	Pengiriman 1Q23	Pangsa Pasar 1Q23 (%)	Pertumbuhan YoY (%)
Samsung	2.1 (juta)	23.3%	1.9 (juta)	24.0%	-9%
Oppo	1.8 (juta)	20.2%	1.8 (juta)	23.3%	1.6%
Vivo	1.5 (juta)	17.1%	1.3 (juta)	16.5%	-14.6%
Xiaomi	1.3 (juta)	14.6%	1.1 (juta)	13.7%	-17.2%
Realme	1.1 (juta)	12.3%	0.8 (juta)	10.8%	-23.3%
Lain-lain	1.1 (juta)	12.5%	0.9 (juta)	11.6%	-18.2%
Total	8.9 (juta)	100%	7.9 (juta)	100%	-11.9%

Sumber :IDC Quaterly Mobile Phone Tracker, 1Q2023

Berdasarkan tabel diatas Samsung menempati posisi pertama dengan pengiriman kuartal pertama tahun 2022 sebanyak 2,1 juta unit dengan pangsa pasar 23,3% dan pada kuartal pertama tahun 2023 sebanyak 1,9 juta unit dengan pangsa pasar 24%. Kendati berada di peringkat pertama, pertumbuhan smartphone Samsung mengalami penurunan pertumbuhan sebanyak 9% dibanding kinerja periode tahun lalu. Hal ini terindikasi bahwa keputusan konsumen dalam membeli handphone Samsung mengalami kemerosotan yang dapat terjadi akibat perekonomian konsumen yang mengalami penurunan serta diakibatkan efek pandemi COVID-19 di seluruh dunia yang beralih ke handphone dengan harga cukup terjangkau dengan kualitas yang tidak jauh berbeda.

Mengutip kembali data dari Top Brand Index Samsung selalu menempati posisi pertama dalam penjualan, namun setiap tahun persentase penjualannya mengalami penurunan. Hal tersebut diakibatkan harga Smartphone Samsung cukup tinggi, kebanyakan masyarakat di Indonesia yang membeli ponsel pintar Samsung di kelas menengah dan premium sedangkan kelas entry level mereka lebih memilih merek pesaing yang kebanyakan produk asal Tiongkok, namun mulai tahun 2022 Samsung mengeluarkan smartphone entry level yang bersaing dengan merek lainnya dan sedang naik daun seperti Samsung A04, Samsung A14, dan sebagainya.

Sebagai raksasa perusahaan berbasis teknologi dunia, Samsung selalu melakukan pengembangan serta penyempurnaan di setiap lini produknya. Dengan menyuguhkan inovasi desain yang unik dan menarik, pemilihan kualitas kamera yang terbaik serta memberikan dukungan fitur untuk membantu dan memudahkan pengguna dalam kegiatan sehari-hari.



sumber : www.samsung.com

Gambar 1. 2 Produk Samsung Galaxy S23 Ultra

Samsung Galaxy S23 Ultra adalah smartphone flagship terlaris di Indonesia. Menurut riset pasar *smartphone Canalis*, Samsung Galaxy S23 Ultra masuk daftar lima besar Flagship terlaris di dunia dibawah merek Iphone seri 13 dan 14. Meskipun di kelas flagship Samsung terdapat seri Galaxy Fold dan Flip, namun konsumen lebih memilih seri S di karenakan kedua seri tersebut memiliki harga yang mahal meskipun mereka memiliki desain yang unik dan futuristik. Samsung Galaxy S23 Ultra mengusung layar Dynamic AMOLED 2X, dan untuk memaksimalkan layarnya terdapat Stylus S Pen. Untuk dapur pacunya menggunakan chipset Snapdragon 8 Gen 2 yang disokong RAM 12 GB dengan penyimpanan internal 256GB, 512GB, dan 1 TB. Salah satu keistimewaan dari smartphone ini adalah pada kameranya yang terdapat fitur Space Zoom 100X, Astrography (memotret Bintang), dan Astro Hyperlapse (memotret jejak bintang

di langit). Samsung sebagai salah satu produsen smartphone terbesar di Indonesia dalam mempertahankan posisinya mereka selalu melakukan riset kepada masyarakat tentang perkembangan smartphone dan menawarkan kualitas produk terbaik untuk konsumennya.

Dalam melakukan keputusan pembelian smartphone Samsung ada berbagai hal yang perlu dipertimbangkan salah satunya adalah citra merek. Brand image berpengaruh positif terhadap keyakinan dan preferensi konsumen yang memicu minat ketertarikan kepada orang lain.

Perilaku konsumen yang perlu dicatat adalah masalah pengambilan keputusan dalam pembelian. Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian smartphone Samsung didasari pertimbangan rasional yang bertumpu pada *functional benefit*.

Dalam memilih produk yang akan dibeli, konsumen akan mengevaluasi berbagai produk yang ditawarkan sebelum menetapkan keputusan pembelian. Melakukan penilaian terhadap suatu produk agar dapat mengetahui produk tersebut benar-benar memiliki kualitas yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan dan fungsi yang ada serta berfungsi dengan baik atau tidaknya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KABUPATEN GRESIK”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Gresik
2. Apakah Persepsi Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Gresik

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Gresik
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang citra merek dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan manfaat bagi masyarakat tentang citra merek dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.