

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini perusahaan perlu memanfaatkan sumber daya dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan rekayasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, misalnya melalui citra merek produknya. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk Smartphone. Keanekaragaman produk Smartphone yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk Smartphone yang ideal.

Dengan meningkatnya penjualan, perusahaan akan memperoleh keuntungan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Strateginya adalah dengan pencitraan merek, meningkatkan kualitas produk dan gencar melakukan promosi. Peningkatan kualitas produk diperlukan untuk mempertahankan pelanggan serta dapat menarik minat konsumen lain agar membeli produk yang ditawarkan. Sedangkan promosi mempunyai peranan penting untuk menarik konsumen dalam usaha memperkenalkan produk di pasaran.

Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan agar konsumen tertarik dan timbul minatnya untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Perilaku konsumen menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam usaha pemasaran produk.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(pangsa pasar) dimana pada tahun 2017 sebanyak 30,4 juta unit dengan perolehan pangsa pasar 43,9% yang berarti Samsung mengalami penurunan sebanyak 1,8%.

Produk Samsung dengan berbagai type selama ini mendapatkan tempat yang sangat baik dimata konsumen. Samsung tersebut mempunyai beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan produk lainnya. Kelebihan yang ada tersebut antara lain menyediakan fitur pelengkap, kualitas yang sangat bagus , harga relatif terjangkau, dan tahan lama. Penelitian ini difokuskan pada pembeli *Smartphone* yang ada pada toko Modelux Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada pembeli yang datang ke toko dan membeli Smartphone Samsung. Pemilihan toko Modelux sebagai tempat penelitian ini karena Toko Modelux merupakan toko distributor Handphone dan Smartphone yang terbesar di Kota Pekanbaru. Berikut tabel hasil penjualan *Smartphone* Samsung di toko Modelux Pekanbaru :

**Tabel 1.2 : Hasil Penjualan *Smartphone* Samsung di Toko Modelux Pekanbaru**

Tahun	Target Penjualan	Penjualan (Unit)	Sisa Penjualan	% Perubahan
2012	590	582	8	13,1 %
2013	620	608	12	17,6 %
2014	650	644	6	16,8%
2015	734	720	14	38,4%
2016	884	868	16	49,2%
2017	990	970	20	69,6%

**Sumber : Data Olahan 2018**

Berdasarkan tabel di atas, target penjualan di tahun 2012 sebanyak 590 unit, realisasi penjualan sebanyak 582 unit, selisih 8 unit dan persentase selisih 13,1%. Di tahun 2013 target penjualannya sebanyak 620 unit, realisasi penjualan

608 unit, selisih 12 dan persentase selisih 17,6%. Di tahun 2014 target penjualannya sebanyak 650 unit, realisasi penjualan sebanyak 644 unit, selisih 6 unit dan persentase selisih 16,8%. Di tahun 2015 target penjualan sebanyak 734 unit, realisasi penjualan 720 unit, selisih 14 unit dan persentase selisih 38,4%. Di tahun 2016 target penjualan sebanyak 884 unit, realisasi penjualan 868 unit, selisih 16 unit dan persentase selisih 49,2%. Di tahun 2017 target penjualan sebanyak 990 unit, realisasi penjualan 970 unit, selisih 20 dan persentase selisih 69,6%.

Merek, Kualitas produk, dan promosi menjadi salah satu tolok ukur bagi keberhasilan perusahaan untuk menarik minat beli konsumen. Hal ini karena konsumen akan membeli suatu produk tersebut. Strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga tercipta produk yang tepat. **Tjiptono (2010:507)** mengatakan bahwa hakekat promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Untuk melaksanakan hal tersebut salah satunya dengan cara memperkenalkan suatu produk dan membentuk pemahaman terhadap produk secara terus menerus, sehingga konsumen akan mencoba dan membelinya.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan keputusan pembelian berakhir pada tahap perilaku purna beli di mana konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan akan mempengaruhi perilaku berikutnya (**Hasan, 2011**).

Motivasi muncul karena adanya tenaga pendorong yang ada dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut muncul karena konsumen merasakan keadaan tertekan (state of tension) yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi (**Schiffman dan Kanuk, 2011**). Persepsi setiap konsumen berbeda-beda, dapat dilihat dari konsumen Smartphone Samsung. Smartphone Samsung adalah sarana komunikasi yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna Smartphone Samsung di Indonesia.

Menurut data penjualan Smartphone pada tahun 2017 terdapat 72,4 juta unit produk Smartphone Merek Samsung terjual di indonesia. jumlah itu meningkat 11 persen dari tahun sebelumnya di bandingkan dengan produk pesaingnya. Dan jumlah ini diprediksi akan terus meningkat pada tahun berikutnya. Fenomena ini mendorong produsen Smartphone Samsung bersaing secara ketat memenangkan pangsa pasar teknologi komunikasi di Indonesia. begitu banyaknya peminat Smartphone Samsung di indonesia membuat produsen Smartphone Samsung membagi pasar pada banyak segmen dan menawarkan banyak pilihan jenis Smartphone Samsung pada setiap segmen tersebut.

Pada jenis Smartphone Samsung yang menjadi *market leader* saat ini adalah Samsung Galaxy S8+ , Samsung Galaxy Note 8 dan type J . Berdasarkan survey oleh Asosiasi Industri komunikasi Indonesia (AIKI) penjualan Smartphone Samsung pada tahun 2017 adalah 72,4 juta unit.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Anggapan konsumen produk Samsung ini mengatakan bahwa Smartphone Samsung adalah Smartphone dengan kualitas yang sudah terkenal baik, tahan lama, tidak mudah lemot, panas, juga kualitas baterai yang tidak cepat lowbet serta RAM yang sesuai dengan jenis type samsung tersebut.

Pengalaman pembelian seseorang dimasa lalu akan merubah proses berteoritis seseorang sehingga hal itu akan memengaruhi keputusan pembeliannya. Pada Smartphone Samsung ini konsumen biasanya sudah mengenal Merek Samsung, karena bukan sebuah nama yang baru di dengar bagi Konsumen. Dalam perilaku pembelian konsumen juga harus selektif dalam mencari informasi terbaru yang dimiliki Samsung, untuk itu perusahaan meyakinkan konsumen dengan cara Promosi. Promosi yang gencar dilakukan produsen untuk menarik minat beli konsumen sangatlah penting, dikarenakan saat ini konsumen lebih mengenal produk lewat promosi seperti Iklan, Famplet dan media sosial lainnya. Untuk itu perusahaan harus bisa menimbulkan ide- ide promosi untuk membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut.

Kualitas Produk Smartphone Samsung tersebut sangat bagus serta meningkatkan percaya diri terhadap Merek yang telah dikenal luas oleh semua kalangan. Setelah konsumen termotivasi untuk memenuhi kebutuhan, kemudian menilai produk yang ia inginkan tahap selanjutnya yang sangat menentukan sikap dalam Keputusan Pembelian. Memerhatikan sikap konsumen sangat penting bagi perusahaan karena sikap mempengaruhi proses pembelajaran yang akhirnya akan mempengaruhi Keputusan Pembelian. Pada Konsumen Smartphone Samsung ini, konsumen akan menentukan sikap setelah merasa yakin dengan mengetahui Merek, Kualitas Produk, dan Promosi serta pengalaman konsumen pengguna



Produk Samsung membuat konsumen merasa yakin terhadap produk yang akan diinginkannya.

Dalam melakukan Keputusan Pembelian harus melihat seberapa terjangkau harga yang terdapat pada suatu produk dan persaingan harga dengan para pesaing. Perusahaan Samsung harus mempertimbangkan strategi harga yang matang mengenai suatu produk yang dirancang untuk mendapatkan penjualan yang di inginkan. Salah satu cara untuk mendapatkan strategi harga dengan cara survei kepada konsumen mengenai persepsi harga yang ditimbulkan. Apakah harga yang terdapat pada Smartphone Samsung terjangkau, kesesuaian harga pada kualitas dan manfaat produk Smartphone Samsung sangat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengambil judul penelitian :

**“Pengaruh Merek , Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung ( Studi Kasus Pada Konsumen di Toko Modelux Pekanbaru ).**

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah Merek, Kualitas Produk dan Promosi secara Parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui apakah Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?
3. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?
4. Untuk mengetahui apakah Merek, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru?

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### a. Bagi Penulis

Dengan Penelitian ini dapat menjadi salah satu wadah yang baik untuk menerapkan segala teori dan ilmu yang di dapatkan selama masa perkuliahan ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya, terutama dalam

bidang pemasaran. Hal ini dapat memberikan gambaran mengenai Keputusan pembelian konsumen pada saat membeli suatu produk.

**b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui Variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan akan mudah melakukan pengembangan suatu produk, supaya produk tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen.

**c. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi sebagai tambahan informasi bagi akademisi untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran.

**1.5 Sistematika Penulisan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini mengulas dan menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka penelitian serta perumusan hipotesis.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bagian ini menguraikan dan menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang diperlukan, metode pengumpulan dan metode analisis data.

### **BAB IV : PROFIL PERUSAHAAN**

Bagian ini menguraikan gambaran umum perusahaan sebagai obyek penelitian dan analisis data serta pembahasannya.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hal-hal yang menyangkut analisa variabel , Merek, Kualitas Produk dan Promosi serta Keputusan Pembelian. Kemudian akan dibahas mengenai pengaruh dari Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian tersebut.

### **BAB VI : PENUTUP**

Dalam hal ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diperlukan sesuai dengan realitas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.