

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia teknologi saat ini, mengalami peningkatan sangat pesat menjadikan kebutuhan manusia juga ikut meningkat dan semakin kompleks. Salah satu teknologi, yang mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir ini yaitu *smartphone* atau sering disebut dengan telepon pintar yang kini menjadi trend dikalangan masyarakat. Perkembangan dunia usaha dan industri akhir-akhir ini semakin berkembang dan penuh dengan persaingan. Persaingan pada sektor yang sama membuat perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan penawaran yang menarik agar produk serta mereknya menjadi yang terbaik dibanding dengan perusahaan pesaingnya sehingga dapat memenangkan pasar. *Smartphone* merupakan sebuah alat komunikasi berteknologi canggih dapat membuat segala aktivitas masyarakat menjadi lebih praktis dan mudah digunakan ini berdampak pada meningkatnya permintaan akan produk tersebut. Masyarakat selaku pelanggan akan menentukan jika persaingan antar usaha tersebut berbagai bentuk variasi, yang mampu memberikan banyak pilihan sebelum menentukan produk yang diinginkan *Smartphone* dapat meningkatkan diri penggunanya.

*Smartphone* merupakan salah satu kebutuhan masyarakat modern saat ini yang akan menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh Perusahaan elektronik sehingga bermunculan banyak berbagai merek-merek *Smartphone*. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan *Smartphone* telah menjadi gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak *Smartphone* yang menawarkan produk *smartphone* yang menjual Untuk memenuhi kebutuhan komunikasi sosial akan teknologi. beberapa merek *Smartphone* bersaing, antara lainnya. Samsung, Apple, Nokia, BlackBerry, Sony, LG, Lenovo, dan lain-lain. Pasar *smartphone* seperti itu menciptakan persaingan yang ketat di antara konsumen. Pesaing di bidang telekomunikasi.

Samsung merupakan perusahaan *Smartphone* yang cukup besar. Dalam setiap inovasi, *Smartphone* samsung selalu menghasilkan produk yang berkualitas dan layak digunakan oleh masyarakat luas, salah satu produk yang cukup terkenal adalah samsung Galaxy S merupakan andalan *Smartphone* samsung.. *Smartphone* Samsung memiliki persaingan produk. Seperti Apple, Nokia, BlackBerry, Sony Ericsson, LG, Panasonic, Mito, Lenovo, dan Evercross. Dengan persaingan yang ketat diantara para kompetitor pada usaha di bidang telekomunikasi. Masyarakat pelanggan juga akan mempersiapkan persaingan. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik dan minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk. Dengan mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan mencoba melakukan pembelian *smartphone* samsung dan upaya yang dipertimbangkan pelanggan sebelum memutuskan dan menggunakan suatu produk misalnya, kualitas produk. *Smartphone* samsung memberikan pengalaman pengguna ponsel terbaik melalui kualitas produk, merek yang cermat dan teknologi cerdas *smartphone* samsung cukup dibilang sukses dalam membuat keberhasilan yang menjadi terlaris di indonesia. Berdasarkan survei Top Brand Indexs (TBI) pada tahun 2018-2021 dalam kategori untuk produk *smartphone* menunjukkan produk *smartphone* samsung adalah merek peringkat pertama dan banyak peminatnya. Hasil tersebut ditunjukkan dalam dalam tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1

## Top Brand Index (TBI)

## Kategori Produk Smartphone Tahun 2017-2021

Tahun	Samsung		Oppo		Nokia		Lenovo	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
2017	46.4%	TOP	4.1%		8.8%		4.4%	
2018	48.6%	TOP	11.2%	TOP	4.3%		4.5%	TOP
2019	45.8%	TOP	16.6%	TOP			3.7%	
2020	46.5%	TOP	17.7%	TOP			2.0%	
2021	38.0%	TOP	20.9%	TOP				

Sumber Top Brand Indexs (TBI)

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa produk *Smartphone* Samsung merek yang berada ditingkat pertama diantara merek yang lainnya dipasar indonesia. Artinya Smartphone Samsung merupakan merek yang produknya masi cukup banyak digunakan oleh masyarakat indonesia dengan merek samsung yang berada ditingkat paling atas.

Top Brand index (TBI)) merupakan prestasi yang dapat dari hasil penilaian pelanggan yang kemudian mendapatkan kategori TOP apabila nilainya urutan ke-1 berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah persentase dari produk smartphone samsung digemari masyarakat tiap tahunnya. Pada awal tahun 2017 mengalami penurunan 46.4% namun pada tahun 2020 smartphone mengalami kenaikan 46.5%% dan mengalami penurunan di 2021 yaitu sebesar 38,0%.

Salah satu hal yang mendasar untuk menyakinkan pelanggan agar membeli suatu produk yaitu dengan membangun kualitas produk dan memastikan kualitas produk yang dijual memiliki kualitas baik. Kualitas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Perusahaan berusaha untuk membuat produk dengan keunggulanya masing-masing namun dengan merek yang berbeda (Kotler dan Keller, 2019:144) karena perusahaan ingin memiliki ekuitas merek tersendiri yang menjadi ciri dari produk yang mereka buat.

Selain kualitas produk membangun sebuah merek juga menjadi salah satu yang dapat menyakinkan pelanggan, namun membangun sebuah merek bukanlah pekerjaan yang mudah, perlu startegi marketing yang inovatif. Tanpa merek yang kuat, perusahaan akan kesulitan memasarkan produknya serta sulit bersaing dengan produk lainnya. Ekuitas merek (brand equity) adalah nilai tambah yang diberikan pada produk ataupun jasa (Kotler dan Keller, 2019:263). Merek terbaik berusaha menghasilkan produk dengan kualitas yang baik, agar dapat menciptakan citra merek yang baik bagi pelanggan biasanya memilih atau menggunakan merek secara konsisten dengan konsep diri mereka sendiri. Oleh karena itu memiliki citra yang kuat dan positif, karena nama Smartphone Samsung ini sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan nama yang sudah lama dikenal, sudah dipastikan akan membuat orang percaya pada merek Samsung. Ketika Samsung mengeluarkan produk salah satunya yaitu produk Smartphone

samsung, orang tidak akan ragu lagi untuk membeli *Smartphone* Samsung karena *Smartphone* Samsung memiliki branding yang kuat sebagai produsen elektronik terkemuka *Smartphone* Samsung ini setuju dengan citra merek yang di miliki *Smartphone* Samsung, karena perusahaan *Smartphone* Samsung memiliki citra perusahaan yang baik. Perusahaan yang memiliki citra yang baik inilah yang menjadi alasan pelanggan memutuskan untuk membeli *smartphone* Samsung dan merek *smartphone* Samsung juga sudah dikenal oleh masyarakat sehingga merek *smartphone* Samsung mudah di ingat di benak pelanggan.

Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian didenifisikan juga sebagai sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap dan tingkah laku setelah pembelian, dan pengkonversian dari evaluasi-evaluasi yang telah dilakukan oleh pelanggan untuk selanjutnya memutuskan melakukan pembelian. (Kotler dan Keller, 2019:184).

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan mempeerbarui produk lama (Kotler dan Keller, 2019:140). Kepuasan pelanggan sangat penting dalam sebuah bisnis , karena jika pelanggan merasa puas dengan produknya sekali saja, melainkan akan membeli ulang produk yang sama, sehingga sangat mempengaruhi kemajuan serta peningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan informasi diatas penelitian ini ingin mengenai faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelia *Smartphone* samsung, apakah dari segi kaulitas, citra merek, yang membuat masyrakat membeli produk *Smarthone* samsung. Padahal disisi lain perusahan banyak memproduksi produk sejenisnya seperti, oppo, lenovo, iphone, vivo lain sebagainya. Setelah pelanggan membeli maka akan di ukur seberapa puas dengan produk yang dibelinya karena bisa terjadi dua kemungkinan yakni pelanggan merasa puas dengan produk yang dibeli

atau sebaliknya pelanggan membeli namun tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung?
3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Smartphone* Samsung?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian *Smartphone* Samsung?
5. Apakah citra merek berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian *Smartphone* Samsung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Smartphone* Samsung.
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.
5. Untuk mengetahui pengaruh produk berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

Bagi pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran, selain itu dapat mengetahui gambaran mengenai seberapa besar pengaruh kualitas, citra merek, terhadap smartphone samsung.

Bagi penulis

Dalam penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis yang awalnya belum tahu menjadi tahu atas penelitian yang ingin diselesaikan, selain itu penulis lebih memahami teori-teori yang pas yang digunakan untuk mendukung kajian penelitian.

Bagi peneliti lainnya

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta dapat dijadikan referensi dengan menggunakan variabel lain.