

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

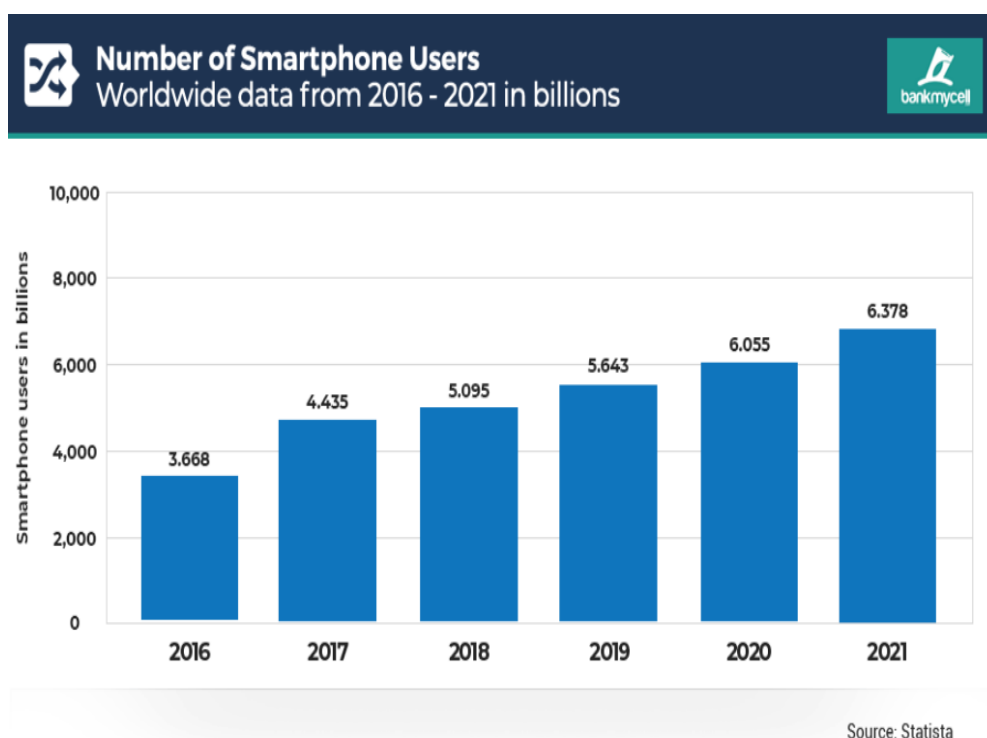
Teknologi di era serba digital sangatlah penting. Teknologi diyakini akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman karena pemikiran manusia yang tak terbatas. Teknologi sangatlah membantu manusia untuk melakukan pekerjaannya. Salah satu teknologi yang sangat dibutuhkan saat ini adalah *smartphone*. *Smartphone* sendiri sudah menjadi bukti bahwa teknologi hingga saat ini sudah berkembang pesat, bagaimana tidak? Menjelajahi internet kini tak perlu menggunakan komputer yang besar namun cukup dengan menggunakan *smartphone* yang kecil sudah bisa menjelajahi internet bahkan mengerjakan pekerjaan kantor atau sekolah kini tak perlu repot-repot membuka komputer. Tak dapat dipungkiri bahwa *smartphone* memberikan benefit lebih pada penggunanya, selain memberikan kemudahan pada penggunanya, *smartphone* juga menjadi sarana masyarakat untuk terus terhubung dengan keluarga atau kerabatnya tanpa terhalang jarak dan waktu.

Dari awal *smartphone* diciptakan hingga tahun sekarang, perkembangannya sangatlah signifikan. Bagaimana tidak? Ponsel yang awalnya hanya bisa digunakan untuk telpon dan sms, kini ponsel cerdas tersebut dapat digunakan untuk menyimpan momen kapanpun dan dimanapun, menjadi sarana hiburan, dan menyimpan data penting penggunanya. Tanpa disadari *Smartphone* juga dapat menghemat penggunanya karena hanya dengan 1 genggam, penggunanya dapat melakukan apapun tanpa membutuhkan lainnya dan cukup hanya membutuhkan ponsel pintar. Tak heran bahwa perusahaan *smartphone* besar terus mengeluarkan produk terbaru untuk terus menginovasikan fitur-fitur terbaru dan andalannya untuk menyesuaikan

dengan perkembangan teknologi zaman sekarang dan memenuhi kepuasan masyarakat.

Smartphone yang kini sudah menjadi salah satu kebutuhan utama manusia merupakan hal yang sering diperbincangkan orang-orang. Perusahaan kini mulai berbondong-bondong melakukan banyak inovasi agar menjadi no.1 di hati para penggunanya. Pasar *smartphone* yang kini makin ketat persaingannya menjadi salah satu alasan perusahaan *smartphone* untuk terus berinovasi, mulai dari kualitas hingga kuantitas.

Hingga saat ini pengguna *smartphone* dari seluruh dunia memiliki kenaikan yang signifikan tiap tahunnya. Berikut adalah grafik pengguna *smartphone* dari 2016 hingga 2021.



Gambar 1. 1
Jumlah pengguna *smartphone* dari 2016-2021

Sumber: Situs Bankmycell, 2021

Berdasarkan grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan pengguna *smartphone* tiap tahunnya bertambah dari tahun 2016-2021. Terdapat banyak faktor mengapa penggunaannya terus bertambah salah satunya dipengaruhi angka perkembangan masyarakat dari seluruh dunia.

Selain grafik perkembangan pengguna *smartphone* 5 tahun kebelakang, *Ericsson & The Radicati Group* membuat tabel perkiraan pengguna *smartphone* 5 tahun kedepan dari seluruh dunia. Penelitian dibuat dari tahun 2020 hingga 2025. Berikut adalah tabel perkiraan pemilik *smartphone* dan ponsel 5 tahun ke depan di seluruh dunia.

Tabel 1.1

Angka Perkiraan Jumlah Pengguna *Smartphone* & Ponsel di seluruh dunia Versi Ericsson & The Radicati Group

| Tahun | Jumlah <i>Smartphone</i> (milyar) | Jumlah Ponsel (milyar) |
|-------|-----------------------------------|------------------------|
| 2025 | 7.33 | 7.49 |
| 2024 | 7.13 | 7.41 |
| 2023 | 6.92 | 7.33 |
| 2022 | 6.64 | 7.26 |
| 2021 | 6.37 | 7.10 |
| 2020 | 6.05 | 6.95 |

Sumber: situs bankmycell, 2021

Berbagai merek dan harga *smartphone* kini sudah seperti virus yang sangat cepat bertumbuh sesuai dengan target pasar perusahaannya. Mulai dari *smartphone* yang disesuaikan dengan tingkat perekonomian masyarakat hingga kebutuhan masyarakat saat ini, contohnya seperti pandemik yang kini tengah dihadapi oleh berbagai dunia

salah satunya Indonesia. Sistem pembelajaran jarak jauh hingga *work from home* membuat masyarakat kini berbondong-bondong mencari *smartphone* yang *worth to buy* atau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Umumnya masyarakat mencari *smartphone* berharga murah tetapi berkualitas, oleh sebab itu perusahaan *smartphone* berlomba-lomba agar selalu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Tak heran kini berbagai jenis *smartphone* murah namun dengan spesifikasi yang cukup tinggi sangat mudah ditemui di manapun.

Penilaian untuk perusahaan *smartphone* apakah produknya dicintai oleh masyarakat dapat dilihat dari jumlah pengguna produknya. Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, perusahaan tentu ingin menjadi yang terbaik termasuk menjadi kecintaan masyarakat di negara manapun salah satunya Indonesia. Berikut adalah merek *smartphone* terbesar di Indonesia pada tahun 2020 menurut canalys.

Tabel 1.2
Top 5 Brand Smartphone di Indonesia Pada Q4
Menurut Canalys

| Merek | <i>Unit Share</i> |
|---------|-------------------|
| VIVO | 25% |
| Oppo | 24% |
| Xiaomi | 15% |
| Realme | 15% |
| Samsung | 14% |

Sumber: Selular.id, 2021

Dari tabel di atas dijelaskan bahwa merek-merek tersebut menjadi favorit masyarakat Indonesia. Merek-merek tersebut menjadi favorit masyarakat Indonesia

karena dari beberapa hal yakni salah satunya menyangkut pada keputusan pembelian masyarakat Indonesia. Entah karena dari segi harga yang terjangkau maupun dari fitur-fitur keunggulan dari merek tersebut sehingga menambah nilai plus ketika akan memutuskan membeli *smartphone*.

Tabel di atas pula menjelaskan bahwa persaingan antar perusahaan *smartphone* di Indonesia sangatlah ketat. Menjadi yang terbaik di antara masyarakat adalah motivasi perusahaan untuk terus berinovasi sesuai dengan arah kebutuhan masyarakat saat ini. Singkatnya perusahaan harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat untuk menjadi yang terbaik. Menggunakan teknik pemasaran juga menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk bisa memperoleh hasil memuaskan.

Salah satu teknik pemasaran perusahaan biasanya akan melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar sendiri merupakan proses pembagian pasar menjadi kelompok pembeli berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda, yang mungkin memerlukan produk atau program pemasaran terpisah. Dari penjelasan tersebut, segmentasi pasar dilakukan guna menetapkan target pasar. Dilihat dari segmentasi tersebut, tentulah hal tersebut didorong oleh minat beli konsumen. Banyak faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tersebut salah satunya faktor pribadi di mana seseorang akan membeli sebuah barang dilihat dari kemampuan ekonomi konsumen, gaya hidup, ataupun konsep diri konsumen.

Tak dapat dipungkiri bahwa perusahaan *smartphone* hingga saat ini sangatlah banyak. Mereka berbondong-bondong menunjukkan keunggulan produk *smartphone* yang dipasarkan. Perusahaan *smartphone* juga digolongkan menjadi beberapa kelas, yakni mulai dari *smartphone* kelas atas hingga *smartphone* biasa yang tentulah

memiliki target pasar tersendiri. Perusahaan *smartphone* juga berbondong-bondong membuat *smartphone* di mana dapat dijangkau oleh beberapa golongan demi mencapai target penjualan masing-masing perusahaan.

Dari penjelasan di atas, maka cukup menarik untuk dibahas bagaimana harga dan merek akan memengaruhi keputusan pembelian *smartphone* oleh konsumen. Sehingga di penelitian kali diambil judul penelitian yakni “ Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Di Indramayu”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, terlihat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi oleh peneliti:

1. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu?
2. Seberapa besar pengaruh Merek terhadap keputusan pembelian *smarthphone* di Indramayu?
3. Seberapa besar pengaruh Harga dan Merek terhadap keputusan pembelian *smarthphone* di Indramayu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berisi tentang segala hal yang akan dicapai dalam penelitian tersebut yang sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dibuat sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu.

2. Untuk mengetahui besar pengaruh merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian mengungkapkan secara spesifik kegunaan yang dapat dicapai dari aspek teoritis dan aspek praktis dengan menyebutkan kegunaan yang dicapai dari masalah yang diteliti. Berikut adalah kegunaan dari penelitian.

- **Kegunaan Teoritis**

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan investasi ilmu bagi sang peneliti. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi berkat bagi pembaca dan perusahaan-perusahaan *smartphone*.

- **Kegunaan Praktis**

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan perusahaan-perusahaan *smartphone* dapat terus mewujudkan keinginan dan harapan masyarakat sehingga tentulah dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan masyarakat saat akan memutuskan produk mana yang akan dibeli.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan sub-bab guna menjelaskan urutan dalam menyelesaikan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sistematika penulisan akan membahas kerangka penulisan dari penelitian ini. Adapun sistem penulisan penelitian ini adalah:

1. BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini terdiri dari kajian teoretis, kajian, kajian atau penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
3. BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini akan membahas jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini terdiri dari obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, bab ini terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penulisan

Penelitian ini dilakukan secara sekunder yaitu dengan berlokasi penelitian di Indramayu..

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan september hingga maret 2021. Berikut ini adalah detail waktu pelaksanaan yang dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

| No | Uraian Kegiatan | Sep'21 | Okt'21- Des'21 | Jan'22 | Feb'22 | Maret'22 |
|----|-----------------|--------|-------------------|--------|--------|----------|
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------|--|--|--|--|--|
| 1 | Penentuan dan Pengajuan Judul | | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | | | | |
| 3 | Daftar Seminar Proposal | | | | | |
| 4 | Seminar Proposal | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Data | | | | | |
| 6 | Penyusunan Skripsi | | | | | |
| 7 | Pendaftaran Sidang Skripsi | | | | | |
| 8 | Sidang Skripsi | | | | | |

Sumber: dibuat oleh peneliti, 2021.