

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini berkembang pesat dan membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain, tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut mencakup banyak hal serta menambah berbagai aspek kehidupan. Pada prinsipnya, teknologi berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kehidupannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu, salah satu teknologi yang berkembang sangat cepat yaitu teknologi dalam hal alat komunikasi.

Alat komunikasi pada saat ini merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali jenis alat komunikasi, misalnya telepon rumah, *smartphone*, atau bisa melalui internet (*chatting*, email, dan lain-lain). *Smartphone* bukan barang yang mewah lagi bagi masyarakat, karena hampir seluruh masyarakat saat ini memiliki *smartphone*, masyarakat lebih tertarik dengan *smartphone* dikarenakan mudah untuk dibawa ke mana saja.

Smartphone adalah perangkat ponsel yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dasar (sms dan telepon), tapi juga di dalamnya terdapat fungsi PDA (*Personal Digital Assistant*) dan dapat bekerja layaknya sebuah komputer mini. Adapun ciri-ciri *smartphone* dijelaskan sebagai berikut:

1. Sistem operasi, ini merupakan ciri yang paling utama dari sebuah *smartphone*.
2. Ponsel bisa disebut *smartphone* kalau di dalamnya sudah dibenamkan sebuah sistem operasi. Contoh dari sistem operasi Android, Symbian, Windows Mobile, dll.
3. Perangkat keras, setiap *smartphone* harus memiliki dukungan perangkat keras yang mumpuni untuk dapat menjalankan sistem operasi yang telah dibenamkan di dalamnya. Perangkatnya sama dengan sebuah PC hanya saja dalam ukuran yang kecil.
4. Pengolah pesan, satu lagi hal yang didapat dalam *smartphone* yaitu pengolah pesan yang lebih dari ponsel biasanya. *Smartphone* memiliki keunggulan dalam mengolah pesan yaitu berupa pesan elektronik (e-mail).
5. Mengakses internet / web, kemampuan lain yang dimiliki oleh sebuah *smartphone* adalah bisa digunakan mengakses web / internet dan konten yang disajikan di browsernya, sudah hampir mendekati seperti layaknya kita mengakses web lewat komputer.

Aplikasi *smartphone* dapat dijejali berbagai aplikasi asalkan aplikasi tersebut sesuai dengan sistem operasi yang ada. Biasanya untuk memasang mendapatkan aplikasi, para produsen *smartphone* telah menyediakan tempat khusus untuk berbelanja aplikasi. Saat ini konsumen dihadapkan kepada beberapa pilihan produk *smartphone*, beberapa yang menjadi produk favorit masyarakat Indonesia adalah *smartphone* Samsung, Apple, dan Huawei. Semakin tingginya permintaan akan *smartphone* membuat produsen berlomba-

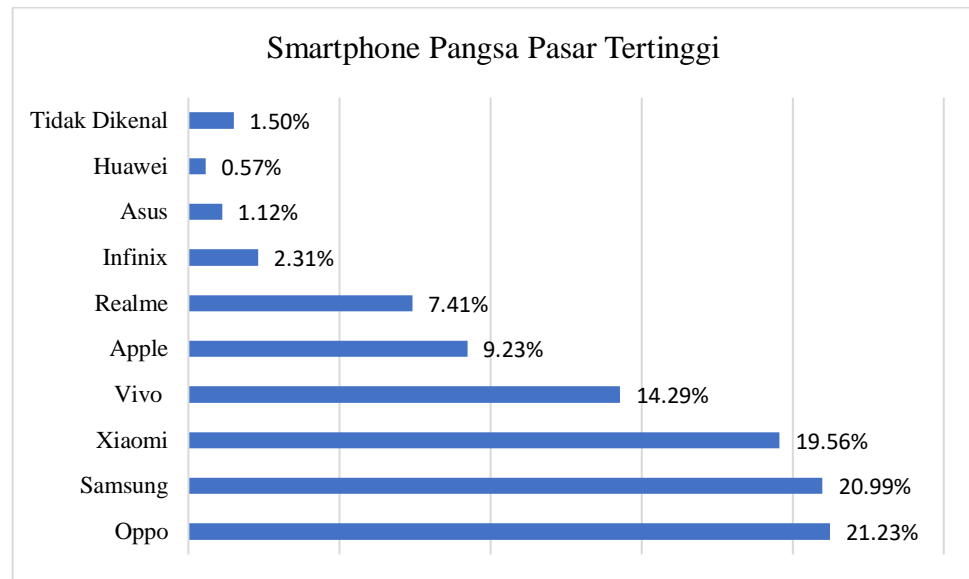
lomba memasarkan produk mereka. Jika dilihat dari jumlah *smartphone* di Indonesia berikut adalah peringkat *smartphone*:



Sumber : www.katadata.co.id

Gambar 1
Pemasaran Smartphone di Indonesia

Berdasarkan gambar 1, dapat diketahui bahwa penguasa pasar *smartphone* secara global adalah Samsung, dimana total penjualan *smartphone* mencapai 1,35 miliar unit atau tumbuh 7% pada tahun 2021, dan Samsung masih menjadi penguasa pasar ponsel pintar dengan total pengiriman 274,5 juta unit dengan pangsa sebesar 20%. Total pengiriman pabrikan asal Korea Selatan itu tumbuh 7% dibandingkan pada 2020. Namun hal tersebut tidak selaras dengan peringkat yang ada pada Indonesia, berikut adalah laporan peringkat *smartphone* di Indonesia:



Sumber: katadata.co.id

Gambar 2
Smartphone dengan Pangsa Pasar Tertinggi di Indonesia (2021)

Berdasarkan gambar 2, menurut katadata.id bahwa merk *smartphone* yang paling banyak digunakan di Indonesia, atau yang memiliki pangsa pasar paling tinggi yaitu OPPO, yang berhasil memimpin pangsa pasar ponsel pintar (*smartphone*) di Indonesia pada 2021 dengan pangsa pasar 21,23% sedangkan Samsung berada pada posisi kedua dengan pangsa pasar 20,99%. Tercatat, pengiriman *smartphone* OPPO di Indonesia mencapai 8,5 juta unit sepanjang tahun lalu. Jumlah ini meningkat 3,5% dibandingkan tahun 2020 yang sebanyak 8,2 juta unit. OPPO memiliki fokus pada segmen menengah ke bawah (*low-end*). *Smartphone low-end* yang dimaksud memiliki harga dengan kisaran di bawah US\$100 sampai US\$200.

Banyaknya merk *smartphone* yang tersebar di Indonesia dari merk terkenal dan tidak terkenal, serta dari berbagai negara membuat persaingan

antar perusahaan. Samsung menduduki peringkat pertama di dunia namun Oppo menduduki peringkat pertama di Indonesia, hal tersebut membuktikan adanya persaingan yang ketat antar merk *smartphone*.

Pembuat *smartphone* saling bersaing untuk mempertahankan eksistensinya dalam memikat pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan keputusan pembelian dan keputusan ini, diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. (Kotler dan Amstrong: 2012).

Dalam melakukan keputusan pembelian, pengguna dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi alternatif dalam memilih produk pada proses keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012) faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk adalah produk, harga, promosi dan tempat atau lebih dikenal sebagai bauran pemasaran.

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, harga sebuah produk diharapkan dapat mendorong keinginan konsumen untuk menggunakan suatu produk, serta membuat pengguna pindah dari merk kompetitor. Banyak orang tertarik pada sebuah produk karena menawarkan manfaat lebih dari produknya sendiri.

Dari segi harga, Samsung telah memberikan kisaran harga yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan konsumen. Harga produk *smartphone* Samsung termurah menurut priceprice.com (2022) yaitu series A berkisar

1,250 jutaan dan yang termahal berkisar 20 jutaan. Namun hal tersebut masih belum bisa mengalahkan posisi OPPO di Indonesia yang lebih terkenal sebagai produk yang *low price*, hal tersebut dibuktikan pada perbandingan antara handphone yang memiliki RAM 4GB, pada Samsung berkisar Rp. 3.000.000 sedangkan OPPO sudah bisa membeli RAM 4 GB sebesar Rp. 1.875.000.

Menurut penelitian terdahulu Agunawan (2019:30) bahwa hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian karena harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu kualitas produk. Sehingga dengan penetapan harga yang tepat, mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga mempengaruhi keputusan pembelian, namun terdapat faktor pendukung lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual.

Menurut penelitian terdahulu Sofi (2021), promosi berada pada kategori baik, dengan nilai rekapitulasi tertinggi tentang daya tarik iklan, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan tingkat keeratan hubungannya sedang. Nilai koefisien regresi yang positif pada promosi menunjukkan bahwa semakin konsumen memberi penilaian yang baik terhadap promosi maka akan menyebabkan tingkat keputusan pembelian yang baik pula.

Promosi yang telah dilakukan oleh Samsung salah satunya adalah melalui iklan-iklan di media elektronik, seperti iklan yang dibintangi oleh pemain sepak bola ternama Cristiano Ronaldo. Untuk setiap peluncuran produk terbaru Samsung pasti mempromosikan melalui iklan seperti yang terbaru dapat kita lihat di media televisi iklan Samsung Galaxy Series A. Tempat atau saluran distribusi yang menyediakan produk *smartphone* Samsung mudah untuk ditemukan, seperti di Samsung Center, pusat-pusat perbelanjaan, dan konter-konter *handphone* terdekat.

Promosi Samsung saat ini berfokus pada banyaknya jumlah center Samsung untuk dapat memaksimalkan potensi pembelian produk Samsung, pada awalnya Samsung terdapat pada counter dan pusat perbelanjaan saja, namun seiring dengan perkembangan zaman, terdapat toko *smartphone* baru yang menawarkan harga lebih murah dan tidak berada di pusat perbelanjaan, yaitu toko retail yang menjual produk *handphone*.

PStore merupakan toko yang menjual segala jenis merk *handphone*, dari mulai *handphone* terkenal seperti iPhone sampai dengan *handphone* merk Xiaomi, Nama toko *handphone* PStore mungkin sudah banyak dikenal pengguna media sosial. Toko ini kerap mengiklankan dan menjual produk-produk *handphone*, khususnya iPhone dengan harga miring dari pada harga pasaran. PStore disebut-sebut memiliki sejumlah gerai di kota-kota besar, dengan toko pusat di Jalan Condet, Jakarta Timur. Toko ini milik seorang pengusaha bernama Putra Siregar (PS) yang kerap tampil dalam akun-akun instagram PStore.

Dalam mempromosikan produk jualannya, PStore kerap meng-*endorse* sejumlah artis dan *influencer* ternama, seperti Atta Halilintar, Bintang Emon, hingga Keanu. Putra Siregar juga disebut-sebut dekat dengan sejumlah artis seperti Baim Wong, Anji, dan Raffi Ahmad. Hal tersebut dapat memberi dampak yang baik bagi produsen *handphone* untuk dapat memaksimalkan penjualan dengan dibantunya pihak ketiga PStore sebagai penyedia tempat.

PStore terkenal dengan toko Handphone yang memiliki harga lebih murah dibandingkan toko lainnya, Harga yang ditawarkan oleh PStore pada produk Samsung juga terbilang lebih murah dibandingkan produk lainnya pada tipe atau series handphone tertentu dikalangan handphone yang memiliki harga menengah kebawah, namun masih lebih unggul produk lain seperti OPPO, XIAOMI, dan Realme, akan tetapi masalah yang terjadi adalah, pada promosi, PStore lebih sering mempromosikan merk Iphone dibandingkan dengan Samsung, oleh karena itu penjualan Samsung lebih kecil dibandingkan Iphone, hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih berbagai alternatif yang dapat membuat konsumen menentukan merk yang akan dibelinya.

Dalam mempengaruhi konsumen atau pengguna untuk melakukan keputusan pembelian, maka perusahaan harus mengetahui kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna, salah satu faktor yang menjadi penentu seorang pengguna membeli produk *smartphone* adalah harga yang terjangkau serta promosi mengenai keunggulan produk, oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk melihat lebih jauh faktor harga dan promosi dalam

mempengaruhi keputusan konsumen membeli *smartphone* Samsung. Penelitian ini mengambil tempat penelitian yaitu PStore dikarenakan saat ini toko tersebut sedang terkenal di kalangan masyarakat, namun berfokus pada produk Samsung. Dari uraian di atas maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI PSTORE BOGOR”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi yang berdampak pada teknologi komunikasi, dimana *smartphone* banyak digunakan kalangan masyarakat
2. Adanya Perasingan antar perusahaan *Smartphone*
3. Samsung menduduki posisi pertama dalam pengiriman secara global, namun OPPO yang memiliki pangsa pasar terbesar di Indonesia
4. Oppo memiliki harga yang lebih murah dibandingkan Samsung
5. PStore lebih sering melakukan promosi pada merk lain dibandingkan Samsung
6. Keputusan pembelian konsumen terhadap merk Samsung pada PStore menurun akibat harga yang mahal, dan promosi yang tidak maksimal.

C. Batasan Masalah

Guna memfokuskan masalah penelitian sehingga mendapatkan hasil yang maksimal, maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup atau batasan masalah pada:

1. Lokasi penelitian dilakukan pada PStore Bogor yang beralamat di Jl. Raya Pajajaran No. 100, RT.02 / RW. 03, Bantarjati, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat, 16153.
2. Penelitian ini berfokus pada konsumen yang pernah berkunjung ke PStore Bogor.
3. Penelitian yang dibahas dibatasi pada harga, promosi, dan keputusan pembelian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor.
3. Untuk mengetahui harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PStore Bogor.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan terjun langsung ke lapangan dan memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang yang dikaji.

2. Bagi Instansi / Perusahaan

Instansi / perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi mengembangkan dan memperbaiki sistem.

3. Bagi Akademik

Sebagai referensi dalam penilaian kinerja penulis untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan yang diperlukan.

4. Bagi Masyarakat

Berguna untuk dijadikan referensi atau sebagai data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti.

G. Sistematika Penelitian

Penulisan proposal skripsi ini terdapat 3 bab yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan tentang landasan teori yang meliputi pengertian harga, promosi dan keputusan pembelian. Mengenai penelitian terdahulu, paradigma penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan berbagai variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut, menentukan sampel, jenis data, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti memaparkan profil perusahaan, hasil uji validitas dan reliabilitas instrument, profil responden penelitian, dan hasil pengolahan data primer menggunakan program SPSS 24.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran kepada PStore untuk brand Samsung terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.