

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pertelekomunikasian sangat pesat terjadi dalam 10 tahun terakhir, khususnya dalam dunia telepon selular atau yang di kenal dengan sebutan handphone. Dari hasil penelitian yang diadakan di Geneva oleh badan *International Telecommunication Union* (ITU) menyatakan bahwa jumlah pengguna ponsel dunia diprediksi akan mencapai 6 miliar pada tahun 2012. (www.detik.com : 12 Oktober 2012) .

Perkembangan dunia telekomunikasi yang sangat cepat merangsang persaingan dalam dunia bisnis handphone. Persaingan antar produsen handphone saat ini semakin ketat dilihat dari perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar. Berbagai merek telepon seluler semakin marak menjamur di pasaran seperti : Nokia, Sony Ericson, Samsung, Siemens, Motorola, Blackberry, LG, dan sebagainya.

Merek merupakan salah satu komponen utama dalam suatu *product strategy*. Suatu merek yang sudah dikenal bisa menyebabkan harga menjadi tinggi. Namun dalam rangka menciptakan suatu produk atau jasa yang bermerek memerlukan proses dan investasi jangka panjang terutama dalam hal iklan (*advertising*), promosi (*promotion*), dan pengemasan (*packaging*). Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Menurut Durianto,(2001)mendefinisikan kesadaran merek adalah kesanggupan

seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Rangkuti (2004;243) mendefinisikan kesadaran merek merupakan kemampuan seorang pelanggan untuk mengingat suatu merek tertentu atau iklan tertentu secara spontan atau setelah dirangsang dengan kata-kata kunci.

Android adalah operating system atau OS berbasis linux yang diperuntukan khusus untuk *mobile device* seperti *smartphone* atau PC, persis seperti symbian yang dipergunakan oleh Nokia dan BlackBerry OS, jelasnya seperti microsoft windows yang sangat dikenal baik oleh para pengguna komputer dan laptop, jika kita analogikan, Android adalah windows nya sedangkan smartphone atau hand phone atau tablet adalah unit komputernya.

Android di ambil dari nama perusahaan penemunya yaitu android.inc yang kemudian di akuisisi oleh Google pada pertengahan tahun 2005 dan mengubah nama penyedia aplikasi Android dari Android market menjadi [Google play](#). Dengan sistem distribusi open sources yang di gunakan memungkinkan para pengembang untuk menciptakan beragam apikasi menarik yang dapat dinikmati oleh para penggunanya, seperti game, chatting dan lain-lain, hal ini pulalah yang membuat smartphone berbasis Android ini lebih murah dibanding gadget sejenis.

Salah satu produk merek yang cukup lama bersaing di dunia handphone adalah Samsung. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Samsung adalah lebih pada customer-centric, atau berdasar pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam strategi penentuan posisi pasar dan bauran pemasaran, yang didasarkan pada strategi

differensiasi produk. Produk yang inovatif, harga yang seragam, dan sesuai dengan produk yang dipasarkan, saluran distribusi dengan dua agen besar, promosi dengan *above the line* dan *bellow the line*, serta pelayanan yang memuaskan, membuat ponsel Samsung diminati oleh banyak masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penjualan ponsel Samsung dari tahun ke tahun.

Pada bulan Februari 2010 Samsung meluncurkan Handphone bersistem operasi Android. Performa yang ditawarkan oleh Samsung cukup bagus sesuai dengan harganya sehingga menjadikan Handphone ini cukup populer di Indonesia. Handphone Merek Samsung sebagai produsen smartphone terbesar kedua di dunia. Berkat android pula Samsung menyalip apple sebagai vendor smartphone nomor satu di dunia. Fenomena yang terjadi dari Handphone Samsung yang bersistem operasi Android, Android juga bisa digunakan untuk chatting seperti halnya dengan Yahoo Messenger, namun dilakukan melalui jaringan Android dengan memasukan pin/nomor identitas Android yang dikenal dengan *Live Profile*, pengguna juga dapat terkoneksi eksklusif melalui layanan *Live Profile* yang menghubungkan sesama pengguna *Live Profile chat*, setiap saat dan setiap waktu dapat dengan mudah melakukan chatting *Live Profile*, selain itu dengan adanya forum grup *Live Profile* juga sangat baik untuk memaksimalkan pengguna *Live Profile* sebagai ajang silaturahmi pengguna dalam berkomunikasi.

Samsung berbasis Android memiliki berbagai keunggulan sebagai software yang memakai basis kode computer yang bisa didistribusikan secara terbuka (open source) sehingga pengguna bisa membuat aplikasi baru didalamnya. Android

memiliki aplikasi native Google yang terintegrasi seperti pushmail, Gmail, Google Maps, dan Google Calender. (sumber :www.aplikasiandroid.com).

Peneliti memilih pengguna Handphone Merek Samsung bersistem operasi Android sebagai obyek penelitian karena pada tahun 2012, pertumbuhan pembelian Handphone Samsung bersistem operasi android di Indonesia terus meningkat, fenomena Handphone Samsung bersistem operasi android belakangan ini di Indonesia, sampai menjadi suatu kebutuhan tidak hanya sebagai pelengkap gaya hidup, tapi juga sebagai kebutuhan dalam membantu kegiatan sehari hari seperti dalam berbisnis dan juga menunjang kegiatan kantor.

Pengguna juga dapat memakai layanan messenger yang menghubungkan sesama pengguna android, setiap saat dan setiap waktu dapat dengan mudah melakukan chatting. Android dapat terhubung dengan semua merek handphone, dan inilah salah satu yang menjadi faktor konsumen dalam memilih handphone android termasuk Samsung. Selain itu pertumbuhan pengguna Handphone Samsung bersistem operasi android di Indonesia 50 ribu pengguna, karena itu peneliti ingin mengetahui dan mengkaji factor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan membeli Handphone Merek Samsung bersistem operasi Android.

Kualitas produk dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk dan lain-lain. Untuk mencapai

kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah diterapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Peran iklan dalam mempengaruhi penjualan memberikan *image* tersendiri bagi konsumen yang dikemukakan. Dalam penelitian ini selain dipengaruhi secara langsung oleh iklan, keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh merek. Mengingat tidak sedikit biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan maka sangatlah penting untuk diketahui sejauh mana iklan berpengaruh bagi peningkatan penjualan produk perusahaan. Mengingat dinamika pasar yang makin tinggi, Samsung kini juga memperkenalkan ragam produk yang berorientasi pada kebutuhan gaya hidup,

Ada kalanya untuk memunculkan keputusan pembelian, konsumen membutuhkan waktu yang lama untuk pencarian informasi dari berbagai sumber, supaya dapat mengurangi perasaan ketidakpuasan pasca pembelian dan ada juga sebagian konsumen lainnya tidak membutuhkan waktu yang lama dalam pencarian informasi tentang produk handphone.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android di masyarakat Gresik.

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android di masyarakat Gresik.
3. Apakah terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android di masyarakat Gresik.
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kesadaran merek, kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android di masyarakat Gresik.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang ditentukan maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android kepada masyarakat Gresik
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android kepada masyarakat Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung bersistem Android kepada masyarakat Gresik.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan kesadaran merek, kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone samsung bersistem Android kepada masyarakat Gresik.

1.4 Manfaat penelitian :

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak pemasar produk Samsung dapat menentukan kebijakan dan pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar khususnya kesadaran merek, iklan dan kualitas produk dalam memutuskan membeli.
2. Bagi program studi ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Muhammadiyah Gresik sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran umumnya dan khususnya tentang perilaku konsumen
3. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan berarti bagi penelitian-penelitian selanjutnya demi mengembangkan ilmu pengetahuan baik secara umum maupun khusus terhadap ilmu pengetahuan yang dijadikan dasar penelitian ini.