

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Sejak jaman dahulu manusia telah menciptakan berbagai alat dalam melakukan komunikasi, mulai dari merpati pos, yang mengantar surat lewat burung merpati yang pintar, berkembang ke Telegraf merupakan alat untuk mengirim dan menerima pesan dari jarak jauh. Alat ini ditemukan oleh seorang warga Amerika, Samuel F.B. Morse bersama asistennya Alexander Bain pada tahun 1837, kemudian Telepon penemuan telepon dipicu oleh permintaan penggunaan telegraf yang semakin berkembang dan meningkat. Telepon pun ditemukan pada sekitar tahun 1876 oleh Alexander Graham Bell. Di Indonesia telephon lokal pertama digunakan sejak 16 Oktober 1882 yang diselenggarakan pihak swasta. Jaringan telephon pertama ini menghubungkan Gambir dan Tanjung Priok (Batavia), kemudian selanjutnya Telegram baru dipopulerkan pada tahun 1920-an. telegram berisi kombinasi kode yang ditransmisikan oleh telegraf.

Telegram ini tarif mengirimannya lebih murah dari telephon, meskipun tarifnya dihitung berdasarkan jumlah karakter termasuk tanda baca, namun waktu yang dibutuhkan singkat tidak kurang dari satu hari, kemudian berkembang lagi yaitu alat komunikasi Pager atau Radio panggil merupakan alat telekomunikasi untuk menyampaikan dan menerima pesan pendek. Sehingga berkembang ke surat elektronik yaitu E-mail.

Kemudian berkembang ke Internet, (*interconnected-networking*) Diawali pada tahun 1969 sebagai ARPANET. Rangkaian ini dibangun oleh ARPA (*United States Department of Defense Advanced Research Projects Agency*). Tahun 1983. ARPANET menukar protokol rangkaian pusatnya dari NCP ke TCP/IP, yang merupakan awal dari internet yang kita kenal. Di Indonesia, sejarah internet dimulai pada awal tahun 1990-an. Sehingga berkembang ke Telepon genggam. Penemuan telephon genggam tak terlepas dari perkembangan radio. Berawal pada tahun 1921, Departemen Kepolisian Detroit Michigan mulai menggunakan telephon mobil satu arah. Kemudian tahun 1940, Galvin Manufactory Corporation (sekarang Motorola) mengembangkan Handle-talllkle SCR536 untuk keperluan komunikasi di medan perang saat perang Dunia II. Namun, penemuan telephon genggam yang sebenarnya terjadi pada tahun 1973 oleh Martin Cooper dari Matorola Corp. telephon ini kemudian dikenal sebagai telephon genggam generasi pertama atau 1G. dari model inilah kemudian muncul telephon genggam berikutnya.

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari

pada produk-produk sebelumnya, yang dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi .

Telepon Seluler mengalami banyak perkembangan pada tahun-tahun terakhir ini baik dinegara maju maupun Negara berkembang, begitu pula di Indonesia, dimana telepon seluler yang dulunya merupakan barang yang jarang dimiliki oleh kelas menengah kebawah atau dianggap barang mewah, sekarang telepon seluler hampir dimiliki oleh semua kalangan, bahkan sudah begitu mudah didapatkan dengan harga yang murah namun memiliki banyak kegunaan, seperti SMS, BBM, Internet dan lain-lain. Sebuah perusahaan riset pemasaran IDC (Lembaga *International Data Corporation*) memprediksi bahwa pasar *smartphone* akan tumbuh 49,2% pada 2011, akibat meningkatnya jumlah pengguna yang mengganti ponsel lama mereka dengan *smartphone*. Laporan itu sejalan dengan penelitian terbaru IDC, yang memprediksi jumlah *download aplikasi mobile* akan tumbuh dari 10,9 miliar pada 2010 menjadi 76,9 miliar pada 2014 (www.antara.news.com). Sementara itu kompetisi diantara produsen *smartphone* pun telah terjadi lebih intensif.

Pada zaman sekarang ini masyarakat lebih memilih telepon seluler yang memiliki banyak fungsi seperti Android dan sering disebut pula dengan *Smartphone* dengan harga yang murah telepon seluler jenis android sudah bisa didapatkan. Ada beberapa produsen *Smartphone* yang sudah diketahui atau dikenal dimasyarakat. Antara lain : Nokia, blackberry, Samsung, Sony, Iphone (Apple), bahkan *Smartphone* yang made in china sudah semakin banyak yang beredar dan dikenal pula oleh masyarakat.

Dengan adanya ragam produk *smartphone* tersebut dan semakin murahya tarif, maka konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Saat ini, Dalam hasil penelitian terbaru yang dilakukan *Digitimes* selaku media masa harian yang memberitakan mengenai elektronik menjelaskan mengenai penjualan *smartphone* didunia, pada pasar global Apple berhasil mencatat rekor penjualan iPhone sebanyak 13,5 juta unit selama kuartal pertama tahun 2016 Di antara vendor internasional , Apple dikirim 13,5 juta *smartphone* , Samsung Electronics 7,2 juta unit , HTC 300.000 juta unit , Microsoft 200.000 unit , sedangkan Motorola , LG Electronics dan Sony 100.000 unit. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap Sony masih sangat rendah. Sony salah satu manufaktur yang sudah berdiri cukup lama, pastinya ingin meningkatkan pembelian dari pasar agar dapat bersaing dengan competitor yaitu iPhone dan Samsung dan pemasaran bergerak dalam fenomena tersebut.

Pada saat ini masalah yang dihadapi adalah telah muncul berbagai macam merk *Smartphone* yang memiliki banyak keunikan dan kualitas yang berbeda-beda, sehingga masyarakat harus dengan teliti dalam mengambil keputusan untuk membeli *Smartphone* dengan adanya berbagai macam jenis *Smartphone*, menjadi suatu masalah bagi setiap perusahaan karena persaingan yang semakin kuat terlebih bagi PT. SONY yang telah banyak mengeluarkan produk-produk baru salah satunya SONY XPERIA Z5, salah satu solusi yang harus dilakukan oleh PT. SONY yaitu mengeluarkan Produk yang berkualitas dan mampu bersaing dipasar.

Terdapat beberapa unsur pemasaran yang dapat mendorong keputusan membeli dari masyarakat. Seperti Harga, Citra Merk dan Atribut Produk.

Pengertian harga Menurut Kotler (2012), harga didefinisikan suatu jumlah uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah gabungan keseluruhan nilai yang harus ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari penggunaan sebuah produk atau jasa.

Ada pula faktor citra merek Menurut Ujang Sumarwan (2011 : 303) merek adalah Nama penting bagi sebuah produk atau jasa. Merek adalah simbol dan indikator kualitas dari sebuah produk. Merek-merek produk yang sudah lama dikenal oleh konsumen telah menjadi sebuah citra bahkan symbol status produk tersebut.

Selanjutnya faktor atribut produk menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:272) mendefinisikan atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan telah dilakukan sebelumnya. Penelitian-penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil penelitian yang berbeda. Berikut ini merupakan penelitian-penelitian sebelumnya terkait pengaruh Harga, Citra Merk dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

Variabel	Nama Peneliti (Tahun)	Hasil Penelitian
Harga	Dicky Fariz Abdilah (2015)	Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Kurnia Akbar (2013)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Fahmi Azari (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Citra Merk	Dicky Fariz Abdilah (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Kurnia Akbar (2013)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Fahmi Azari (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Atribut Produk	Dicky Fariz Abdilah (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Kurnia Akbar (2013)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Fahmi Azari (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Dengan adanya hasil observasi dan penelitian diatas maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian tentang, **“ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MERK SONY XPERIA Z5”**.

2. Perumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

- a) Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Smartphone merk SONY XPERIA Z5?
- b) Apakah terdapat pengaruh Citra Merk dan terhadap keputusan pembelian Smartphone merk SONY XPERIA Z5?
- c) Apakah terdapat pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian Smartphone merk SONY XPERIA Z5?
- d) Apakah terdapat Harga, Citra Merk dan Atribut Produk terhadap keputusan pembelian smartphone merk SONY XPERIA Z5?

3. Batasan Masalah

- a) Penelitian ini hanya membahas sebatas harga, Citra Merk dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian
- b) Objek penelitian ini hanya berfokus kepada Pengunjung Mall Puri Indah Jakarta Barat.

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

4.1 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Smartphone merk *SONY*
- b) Untuk mengetahui pengaruh Citra Merk terhadap keputusan pembelian Smartphone merk *SONY*
- c) Untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian Smartphone merk *SONY*
- d) Untuk mengetahui pengaruh Harga, Citra Merk dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian smartphone merk *SONY*

4.2 Manfaat Penelitian

- a) Bagi Peneliti
Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi, serta menambah wawasan tentang pengaruh harga, citra merk dan atribut produk terhadap keputusan pembelian smartphone merk *SONY*
- b) Bagi Institusi
Memberikan dorongan bagi PT. *SONY* agar lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen.
- c) Bagi Civitas Akademika
Diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu tambahan informasi dan dapat menjadi acuan dan sumber literature untuk penelitian yang berkaitan dengan Harga, Citra Merk dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.