BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi perusahaan yang ada di seluruh dunia. Kondisi yang terjadi yaitu jumlah produk terus bertambah yang diikuti oleh jumlah pesaing, namun tidak diikuti oleh jumlah konsumen yang juga ikut bertambah. Situasi ini menjadikan konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan informasi. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi telekomunikasi tidak hanya menjadi instrumen peningkatan efektifitas dan efisiensi bisnis tetapi juga telah menjadi area bisnis yang menggiurkan. Teknologi telekomunikasi juga telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, dimana setiap kegiatan sehari-hari manusia pastilah akan membutuhkan yang namanya teknologi telekomunikasi. Teknologi komunikasi dijadikan sebagai sarana untuk mengetahui informasi dan juga sebagai alat untuk mempermudah komunikasi. Salah satu produk teknologi telekomunikasi yang saat ini sangat dianggap penting adalah handphone.

Perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk handphone terus berkembang dari zaman ke zaman. Hal ini menimbulkan suatu fenomena persaingan diantara perusahaan yang memproduksi handphone. Fenomena yang terjadi berkaitan dengan kualitas produk maupun citra merek dari produk handphone tersebut. Dalam persaingan produk handphone, samsung dapat

menunjukkan kualitas produknya dimana menurut majalah marketing no.02/XIII/FEBRUARI 2013, samsung menduduki peringkat kedua terbaik dengan nilai 9,8% dibawah nokia dengan nilai 50,9% dalam kategori telekomunikasi/IT yaitu handphone. Selain itu dalam kategori elektronika, Samsung juga termasuk salah satu merek terbaik, artinya citra merek Samsung sudah cukup baik di tengah masyarakat, sehingga menarik perhatian peneliti untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian.

Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap, bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan), yaitu salah satunya dengan memaksimalkan kualitas produk dan aset-aset perusahaan demi kelangsungan perusahaan yang menghasilkan produk handphone.

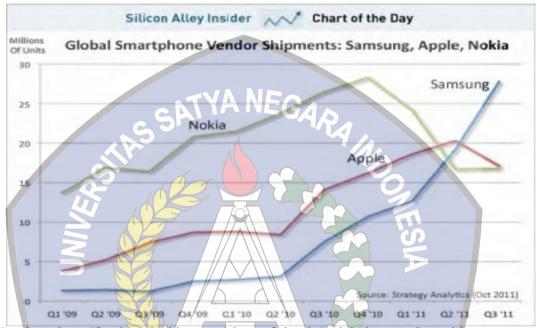
Kualitas produk yaitu kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Tujuan umum pembentukan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberi jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan.

Kualitas produk akan berpengaruh terhadap citra merek dan selanjutkan akan timbul minat beli. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Akhir dari suatu proses tersebut yaitu keputusan pembelian yang akan diambil oleh konsumen.

Pemaksimalan kualitas produk akan didukung oleh peningkatan nilai dari aset-aset perusahaan. Salah satu aset untuk mencapai keadaaan tersebut adalah melalui merek. Merek menjadi semakin penting karena konsumen tidak lagi puas hanya dengan tercukupi kebutuhannya. Merek berfungsi mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penyaji dan membedakannya dari produk sejenis dari penyaji lain (Kotler, 2004). Bagi banyak perusahaan, citra merek dan segala yang diwakilinya merupakan aset yang paling penting, karena sebagai dasar keunggulan kompetitif dan sumber penghasilan masa depan.

Hadirnya merek-merek handphone baru dewasa ini, karena banyak perusahaan menangkap adanya peluang. Kehadiran merek-merek baru ini tentunya meramaikan produk yang sudah ada, akan tetapi kehadiran para kompetitor jelas memperketat persaingan yang sudah ada sebelumnya. Perusahaan dihadapkan pada permasalahan jumlah penjualan yang diakibatkan berpindahnya konsumen mereka ke merek handphone yang lain. Hal ini dilihat oleh salah satu perusahaan handphone terkenal yaitu Samsung sebagai sebuah tantangan.

Samsung mencoba untuk mengeluarkan produk terbaru yang menggunakan sistem android. Hal ini terbukti dengan meningkatnya penjualan handphone Samsung pada tahun 2011 seperti yang terlihat pada gambar 1.1:



Gambar 1.1 Penjualan Handphone Smartphone 2011

Sumber: http://businessinsider.com/chart-of-the-day-global-smartphoneshipments-for-samsung-nokia-apple-oktober-2011

Peneliti memilih pengguna handphone android merek Samsung sebagai obyek penelitian karena pada tahun 2011, pertumbuhan pembelian handphone merek Samsung terus meningkat. Hal ini dikarenakan munculnya produk baru dari Samsung yaitu handphone Samsung yang bersistem operasi android. Pengguna handphone android merek Samsung dalam penelitian ini yaitu mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Peneliti memilih fakultas ekonomi karena dari hasil survei ke lapangan yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang mahasiswa/i pada setiap fakultas bahwa pengguna

handphone android merek Samsung lebih banyak terdapat pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Hal ini dapat terlihat dari Tabel 1.1 ini:

Tabel 1.1.: Jumlah Mahasiswa/i Universitas Riau Pengguna Handphone Android Merek Samsung Tahun 2013

No.	Nama Fakultas	Jumlah
1.	Hukum	10 Orang
2.	Kedokteran	3 Orang
3.	Ilmu Sosial dan Politik	15 Orang
4.	Ekonomi	22 Orang
5.	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	6 Orang
6.	Teknik GA	5 Orang
7.	Pertanian	7 Orang
8.	Perikanan dan Ilmu Kelautan	6 Orang
9.	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	4 Orang

Sumber: Data olahan

Fenomena handphone android merek samsung belakangan ini di Indonesia sampai menjadi suatu kebutuhan tidak hanya sebagai kebutuhan dalam membantu kegiatan sehari hari seperti dalam berbisnis dan juga menunjang kegiatan belajar mengajar, tetapi juga sebagai pelengkap gaya hidup.

Peneliti menggunakan grand teory mengenai kualitas produk yang di sampaikan oleh Kotler dan Armstrong. Menurut Kotler and Armstrong (2004) arti dari kualitas produk adalah "the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes". Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Selain itu kualitas produk juga sebagai kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Produsen

bisa saja beranggapan bahawa barang yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Produk tidak hanya diharapkan mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, tetapi juga harus tetap memenuhi konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat.

Teori kualitas produk didukung oleh teori mengenai citra merek oleh Keller (2004). Keller memandang citra merek dari perspektif konsumen. citra merek merupakan aspek yang penting dalam merek, citra dapat didasarkan kepada kenyataan atau fiksi tergantung bagaimana konsumen mempersepsikan. Untuk mengukur citra merek itu sendiri dapat dikaitkan dengan dimensi kualitas produk (Sitinjak, 2005).

Fenomena keberadaan telepon genggam merupakan tuntutan masyarakat yang cenderung membutuhkan berkomunikasi dengan cepat dan informasi yang diterima juga lebih mudah. Oleh karena itu Samsung mengeluarkan salah satu produk handphonenya yang menggunakan system operasi android. Android adalah sebuah perusahaan software kecil yang didirikan pada bulan Oktober 2003 di Palo Alto, California, USA. yang didirikan oleh beberapa senior di beberapa perusahaan yang berbasis IT dan Communication, Andy Rubin, Rich Miner, Nick Sears dan Chris White. Android merupakan sistem operasi untuk ponsel cerdas yang dikembangkan secara *open source* berdasarkan sistem operasi LINUX. Android bukanlah merek handphone melainkan OS (operasional sistem) yang

biasanya terdapat pada handphone, sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis linux.

Handphone android merek Samsung menjadi suatu kebutuhan bagi konsumennya. Salah satu konsumen dari handphone android tersebut yaitu mahasiswa dan mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Handphone android merek Samsung menjadi obyek penelitian karena berdasarkan hasil survei lapangan yang dilakukan peneliti terhadap 50 orang mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Universitas Riau bahwa pengguna handphone android merek Samsung lebih banyak seperti terlihat dalam Tabel 1.2 ini:

Tabel 1.2.: Jumlah Mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Pengguna Handphone Android Tahun 2013

NO	MEREK HANPHONE ANDROID	JUMLAH
1.	Samsung	22 Orang
2.	HTC	7 Or <mark>a</mark> ng
3.	LG	2 Or <mark>a</mark> ng
4.	Sony Ericson	5 Orang

Sumber: Data Olahan

Umumnya mahasiswa dan mahasiswi tersebut menggunakan handphone lebih dari satu dengan berbagai manfaat yang dibutuhkannya. Salah satu handphone yang banyak mereka gunakan yaitu handphone android merek Samsung. Hal yang menjadikan alasan mahasiswa/i tersebut untuk membeli handphone android merek Samsung yaitu kualitas produk dan citra merek dari handphone tersebut yang dinilai baik oleh mereka. Walaupun pada dasarnya keputusan pembelian dapat saja dipengaruhi oleh promosi, harga, kualitas layanan maupun jaminan. Hal ini juga yang menjadi alasan peneliti memilih variabel

kualitas produk dan citra merek. Selain itu juga didukung oleh penelitianpenelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel tersebut.

Mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Universitas Riau banyak juga yang masih memakai handphone merek nokia. Persaingan produk handphone merek nokia dan Samsung bukanlah baru tetapi telah lama terjadi, hal ini juga terlihat dimana mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Riau belum dapat beralih secara penuh ke handphone merek lain seperti merek Samsung. Karena walaupun telah memiliki handphone android merek Samsung umumnya mereka juga enggan untuk menjual handphone nokia mereka dan lebih memilih memiliki dua handphone.

Penelitian terdahulu oleh Anadra Disya Putri (2010) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap minat beli. Selanjutnya dilakukan penelitian oleh Muhammad Ari Adriansyah (2010) dan Basrah Saidan (2012) mengenai adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat beli. Pada tahun 2012, kembali dilakukan penelitian oleh Gusti Putu Bagus Yogiswara menghasilkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Penelitian oleh Desi Amelia Fristiana (2011) mengemukakan bahwa berdasarkan hasil penelitian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada tahun 2012, dilakukan penelitian oleh Fifyanita Ghanimata (2012) dan Olvie Okta Prasetyo (2012) mengemukakan bahwa kualias produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli sehingga berdampak pada keputusan pembelian produk ponsel Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Handphone Android Merek Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Riau)".

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap citra merek handphone android merek samsung?
- 2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli handphone android merek samsung?
- 3. Bagaimana pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone android merek samsung?
- 4. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap minat beli handphone android merek samsung ?
- 5. Bagaimana pengaruh langsung citra merek terhadap keputusan pembelian handphone android merek samsung?

6. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian handphone android merek samsung?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap citra merek handphone android merek samsung
- 2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli handphone android merek samsung
- 3. Menganalisis pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone android merek samsung
- 4. Menganalisis pengaruh citra/merek terhadap minat beli handphone android merek samsung
- 5. Menganalisis pengaruh langsung citra merek terhadap keputusan pembelian handphone android merek samsung
- 6. Menganalisis pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian handphone android merek Samsung

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada:

 Perusahaan: dapat menjadi bahan evaluasi pada kebijakan perusahaan untuk meningkatkan citra merek dan kualitas layanannya agar menjadi lebih baik.

- 2. Penulis: penelitian ini menjadi praktik nyata dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama kuliah. Sekaligus penelitian ini menjadi pemenuhan syarat bagi penulis untuk dapat memperoleh gelar Magister Sains (M.si) pada Program Studi Manajemen Strata Dua Fakultas Ekonomi Program Pasca Sarjana Universitas Riau Pekanbaru).
- 3. Pihak lain: hasil penelitian ini bersifat terbuka dan memiliki sejumlah keterbatasan, sehingga dapat dijadikan bahan diskusi serta dasar untuk melakukan penelitian lanjutan.

