

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan yang dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Meningkatnya era teknologi pada saat ini tidak dapat dihindari lagi oleh para produsen industri seluler. Berkembang pesatnya industri seluler dalam beberapa tahun belakangan ini membuat para produsen seluler berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi-inovasi pada produksi telepon genggam. Hasil survey dari Nielsen Company Indonesia mengenai jumlah pelanggan telepon seluler di Indonesia menjelaskan dalam periode tahun 2005 hingga 2010 telah terjadi kenaikan pengguna telepon seluler hampir 3 kali lipat. Sementara itu Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) mengatakan jumlah pelanggan seluler di Indonesia mencapai lebih dari 240 juta pelanggan pada akhir tahun 2011 lalu.

Dewasa ini kegiatan pemasaran semakin menjadi faktor yang penting dan semakin wajib dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam rangka menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk pengembangan usahanya. Situasi dan kondisi perekonomian Indonesia sekarang ini, memberikan tantangan berat bagi semua perusahaan baik yang menghasilkan produk maupun jasa. Tantangan berat ini, terlebih sangat dirasakan oleh tim pemasaran yang harus bekerja ekstrapolutif mencari usaha untuk mendapatkan konsumen dan memuaskannya ditengah persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif.

Keputusan konsumen untuk berpindah produk merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku tertentu, skenario persaingan, dan waktu sehingga perpindahan produk tidak hanya terjadi karena faktor ketidakpuasan konsumen. Keputusan perpindahan produk yang dilakukan konsumen juga dipengaruhi oleh adanya kebutuhan mencari variasi. Kebutuhan mencari variasi merupakan komitmen secara sadar untuk membeli produk lain karena individu terdorong untuk menjadi terlibat, terdorong ingin mencoba hal baru, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap hal baru yang tujuannya adalah untuk mencari kesenangan atau untuk melepaskan kejenuhan dari merek yang biasa dipakainya.

Kemajuan teknologi saat ini semakin pesat terutama kemajuan teknologi smartphone. Keberadaan smartphone atau ponsel pintar sangatlah membantu para pengguna untuk mendapatkan informasi dan memenuhi berbagai kebutuhannya lebih cepat dan tepat. Sehingga semakin banyak yang menggunakan smartphone untuk mendukung beberapa pekerjaan yang membutuhkan komputer yang dapat digantikan

dengan menggunakan smartphone. Misalnya, kegiatan browsing internet, mencari lokasi tertentu yang membutuhkan koneksi internet, dan beberapa kegiatan lain yang biasa dilakukan menggunakan komputer. Seiring berkembangnya kemajuan teknologi smartphone, saat ini sistem operasi yang digunakan pada smartphone semakin berkembang, dari symbian ke android.

Symbian dikenal sebagai sistem operasi yang mampu berjalan dengan standart hardware yang minim dan symbian adalah sistem operasi yang tak bebas bergerak yang dikembangkan oleh Symbian Ltd yang dirancang untuk peralatan bergerak mobile. Sedangkan Android mempunyai tampilan antarmuka atau user interface yang menawan dan gimmick-gimmick yang menarik di antarmuka(UI)nya. Banyak animasi, gimmick, dan berbagai pernik pernik di tampilan antarmukanya membuat Android memerlukan prosesor yang lebih besar kalau dibandingkan Symbian. Symbian mempunyai tampilan antarmuka yang biasa-biasa saja, tanpa animasi/gimmick/pernak-pernik yang berlebihan. Hasil survey dari flurry menunjukkan sebuah fakta bahwa pemilik symbian sudah seharusnya beralih dari symbian ke android. Menurut study mereka baru2 ini, trend menunjukkan bahwa rata2 seseorang menggunakan ponsel didominasi dengan maen game dan social network. Hampir 50% waktunya digunakan untuk maen game, tentu untuk hal ini symbian sangat sulit menandingi android, walaupun untuk game faktor paling penting adalah game play bukan kualitas grafis, tapi keunggulan jumlah game dan kelebihan grafis game di ponsel android secara umum diatas symbian.

Produk yang dijadikan sebagai obyek penelitian dalam penelitian ini adalah produk *smartphone android Samsung*. Pertimbangan pemilihan produk *handphone* ini adalah karena dari sisi pertumbuhan bisnis, industri *handphone* merupakan salah satu industri yang mengalami tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Kondisi ini memunculkan beberapa isu strategik tentang bagaimana perusahaan menarik perhatian pelanggan pada merek produk yang dihasilkan, dan bagaimana perusahaan dapat menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Kotler, 2008).

Perusahaan-perusahaan *handphone* saat ini banyak yang menawarkan produknya ke pasar, sehingga menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan tersebut, misalnya Nokia, LG, BlackBerry, Apple dan lain-lain. Dalam penelitian ini, merek produk *smartphone* yang diteliti adalah Samsung. Oleh karena saat ini produk *handphone* merek Samsung merupakan pemimpin pasar khususnya di Asia. Selain itu persaingan yang terjadi saat ini tidak hanya terjadi pada segi produk saja, tetapi lebih ditekankan pada fungsi-fungsi atau fitur tambahan yang dihasilkan oleh setiap merek *handphone* seperti model kemasan (*packaging*), layanan purna jual (*after sales services*), pelayanan yang diberikan (*service*), iklan (*advertising*), promosi (*promotion*), dan fitur-fitur lainnya yang cukup dihargai oleh konsumen. Perusahaan Samsung sampai saat ini terus bergerak dalam mempromosikan *handphone* produknya dengan OS android yang beragam versi dari harga Rp 1.000.000,- sampai harga Rp. 14.000.000,-

Semakin gencarnya Samsung dalam mempromosikan produk ponselnya di Indonesia seperti produk terbaru dari Samsung yaitu Samsung Galaxy S8, Samsung lebih suka berkerjasama dengan para artis dan selebritis yang lagi terkenal saat ini di Indonesia, hingga mengadakan acara konser musik untuk memperkenalkan Galaxy S8 ke beberapa kalangan masyarakat Indonesia dan Samsung juga sering mengadakan lomba seputar Galaxy S8 yang semua itu adalah upaya Samsung untuk mengenalkan produk terbarunya terhadap masyarakat Indonesia. Beraneka ragamnya merek dari suatu produk memberikan kesempatan bagi konsumen untuk dapat melakukan perpindahan merek, salah satu faktor yang dapat mempertahankan konsumen pada satu merek adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan keadaan dimana konsumen menggunakan suatu produk dan telah mencapai kepuasan maka dapat melakukan pembelian kembali produk atau jasa karena hasil yang didapat sesuai dengan harapan dari konsumen dan apabila harapan tidak tercapai maka konsumen merasa tidak puas karena tidak sesuai harapan konsumen (Kotler 2009) ketidakpuasan emosional konsumen dari pengalaman dengan produk dapat menyebabkan konsumen merasa tertarik untuk mencari produk smartphone lain diluar produk yang biasanya digunakan. Konsumen akan sering mengekspresikan kepuasan dengan produk yang mereka gunakan sekarang, tetapi tetap terlibat dalam penggantian produk. Hal ini dapat terjadi karena pencarian variasi adalah motif konsumen yang cukup lazim. Konsumen yang mempunyai keterlibatan emosional yang rendah akan mudah berpindah pada produk smartphone pesaing. Kecenderungan inilah yang sering menjadi perhatian para pemasar akan keberhasilan

produk yang ditawarkan. Kebutuhan mencari variasi adalah sebuah komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan yang berbeda, keinginan baru atau timbulnya rasa bosan pada sesuatu yang telah lama dipakai.

Perilaku perpindahan produk yang timbul akibat adanya perilaku mencari variasi yang perlu mendapat perhatian pada produk yang mempunyai kategori karakteristik keterlibatan tinggi. Proses pembelian konsumen yang melibatkan pengambilan keputusan, khususnya dalam kondisi *limited decision making*, akan memposisikan konsumen pada situasi untuk berperilaku mencari variasi. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul “ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SYMBIAN KE SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas dan setelah melakukan observasi pada Kota Palembang, masalah yang dihadapi maka perumusan masalah adalah sebagai berikut: SEBERAPA BESAR PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SYMBIAN KE SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG) ?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Agar pembahasan ini tidak menyimpang dari yang telah dirumuskan, maka dalam penulisan penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup permasalahan adalah

1. Penelitian ini hanya berlaku di Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang
2. Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini adalah smartphone yang diteliti hanya Symbian dan Android Samsung serta Kuisisioner diisi oleh konsumen yang pernah menggunakan produk symbian dan beralih ke android samsung.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pemasaran terhadap keputusan pembelian suatu produk handphone yang dijual di Kota Palembang

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan khususnya mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian handphone diantaranya yaitu :

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan serta berguna sebagai bahan aplikasi dari perkuliahan yang di terima selama ini, yang akan sangat bermanfaat dalam penyelesaian tugas akhir penelitian dan membantu

mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Bina Darma Palembang.

## 2. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan informasi bagi yang berminat melakukan penelitian tentang pemasaran, khususnya promosi pemasaran dengan media pameran dan media sosial.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian, maka dibuat rancangan penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan teori-teori dan referensi yang mendukung penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metodologi penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, metode analisis dan definisi operasional.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merinci hasil analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bagian akhir pembahasan penelitian. Dalam bab ini disajikan kesimpulan penelitian serta saran yang relevan dengan hasil penelitian.