

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi di Dunia yang semakin pesat khususnya pada telepon genggam atau yang sekarang disebut *smartphone*, perusahaan *smartphone* semakin berlomba – lomba menciptakan atau membuat teknologi yang semakin canggih. Salah satu perusahaan yang sedang bersaing dibidang itu ialah Samsung.

Pada tahun 1938 pendiri Samsung, Byung-Chull Lee mendirikan perusahaan perdagangan ekspor di Korea yang menjual ikan, sayuran dan buah ke China. Penamaan perusahaan *start-up* ini berasal dari kata Korea yang diterjemahkan menjadi 'bintang tiga' dalam bahasa Inggris. Dalam satu dekade, Samsung memiliki pabrik tepung dan mesin gula lalu menjadi perusahaan bersama pada tahun 1951. Di tahun 1987, pendiri dan *chairman* Byung-Chull Lee meninggal dan jabatan *chairman* diambil alih oleh Kun-Hee Lee. Pada tahun 1990, Samsung pun mulai membangun pabrik dan melakukan ekspansi secara global di Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Thailand, Meksiko, Spanyol dan Cina sampai 1997. Ponsel Samsung menemukan jalan ke Amerika Serikat untuk pertama kalinya pada tahun 1996, ketika mereka bermitra dengan Sprint pada baris ponsel ramping dan *compact*.

Pada tahun 1993, Samsung Mobile Phone merilis seri SH-700, yang lebih membanggakan lagi desain nya dirancang dengan ukuran yang lebih kecil dan

lebih ramping serta kualitas suara yang lebih baik. Dengan produk yang lebih baik dan kampanye pemasaran yang lebih agresif, Samsung berhasil mengambil setengah pangsa pasar ponsel di Korea dari Motorola. Namun pada tahun 1997 hampir semua bisnis di Korea menyusut dan tidak terkecuali juga pada Samsung. Mereka menjual bisnisnya untuk meringankan utang dan mengurangi karyawan menjadi 50.000.

Namun berkat industri elektronik mereka, akhirnya bisa berhasil untuk terus tumbuh hingga sekarang. Setelah itu, mereka mengembangkan gabungan dari ponsel pintar (*smartphone*) dengan ponsel pemutar mp3 menjelang akhir abad ke-20. Pada kuartal 3 tahun 2008, untuk pertama kalinya dalam sejarah, Samsung Mobile mengirim lebih dari 50 juta *handset* meskipun saat itu sedang resesi global. Pada awal 2009, pangsa pasar global Samsung Mobile pun telah berdiri lebih dari 17 %, kedua dari Nokia.

Samsung kemudian mendedikasikan dirinya dalam dunia industri 3G. Seperti membuat video, ponsel kamera dan lain-lain untuk memenuhi permintaan konsumen. Di awal tahun 2009 pula, Samsung Mobile dan T-Mobile memperkenalkan Memoir, sebuah ponsel dengan kamera 8 Megapiksel yang terbaik di kelasnya. Selama perjalannya, Samsung telah membuat pertumbuhan yang stabil dalam industri *mobile* hingga terus berkembang sampai sekarang

Dewasa ini pengguna smartphone samsung di tanah air khususnya di surabaya semakin meningkat. Hampir semua orang memilih samsung sebagai pilihannya, dari orang kantoran, mahasiswa, hingga pelajar pun menggunakannya. Selain karena samsung merupakan produsen smartphone terbaik saat ini, banyak

hal juga yang mempengaruhi orang untuk memilihnya. Adapun hal – hal tersebut adalah karena samsung memiliki banyak tipe dengan berbagai spesifikasi yang canggih dari harga yang murah hingga yang paling mahal. Sehingga konsumen bisa memilih produk yang sesuai dengan *budget* dan kebutuhannya masing – masing.

**Tabel 1.1**  
**PROSENTASE PENGGUNAAN SMARTPHONE DI INDONESIA**  
**TAHUN 2013**

2013 Q2 Handset Shipment Market Share By OEM	
Samsung	27.3%
Nokia	14.6%
Apple	7.5%
LG	3.9%
ZTE	3.6%
Huawei	3.1%
TCL (alcatel)	2.9%
Lenovo	2.7%
Coolpad (yuloong)	2.5%
Sony mobile	2.3%
Blackberry	1.6%
HTC	1.6%
Xiaomi	0.9%
Motorola	0.8%
Other	24.7%

**Sumber :** <http://gadgetan.com/wp-content/uploads/2013/08/Data-pengiriman-ponsel-Q2-2013.jpg>

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh OEM pada tahun 2013 tentang *handset shipment market share*, samsung menempati posisi pertama jauh meninggalkan pesaingnya yang lain dengan 27,3%. Di urutan kedua ditempati oleh Nokia yang sempat menjadi penguasa handphone di era 2000an dengan 14,6%, Sedangkan pada produk Apple hanya berada di urutan ke 3 dengan 7,5% diikuti oleh LG 3,9%, ZTE 3,6%, Huawei 3,1%, dan di urutan berikutnya ada TCL, Lenovo, dll.

Bukan suatu kejutan jika samsung, nokia, dan apple berada di urutan Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula (Kotler dan Armstrong, 2008:283). Mowen, dkk (2002) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas.

Kualitas produk sangatlah berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli lagi sebagai mana yang di ungkapkan oleh Wendy Van Rijswijk (2006) bahwa persepsi konsumen yang positif terhadap kualitas sebuah produk akan berdampak pada pilihan konsumen dalam memutuskan membeli. Memberikan kualitas produk yang tinggi merupakan kewajiban perusahaan untuk mengapai tujuannya. Kualitas produk yang baik membuat konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian, namun jika kualitas produk tersebut jelek maka kemungkinan konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut.

Adapun kepercayaan merek juga mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk tersebut. Kepercayaan merek merupakan persepsi tentang kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih

pada urutan – urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan (Emmy, 2006). Konsumen percaya terhadap merek yang akan sering dibeli oleh konsumen biasanya adalah merek yang dipercaya oleh konsumen (Chaudhuri dan Holbrook, 2001:84), sehingga memiliki kepercayaan terhadap suatu merek, semakin besar pula pengaruhnya terhadap pembelian ulang, karena konsumen yang percaya adalah hasil interaksi positif sebelumnya dengan merek (Aaker dan Lasser dalam Delgado-Ballester, dkk., 2003:11). *Brand trust* seorang konsumen diukur melalui 2 indikator utama yakni keandalan merek, dan minat pada merek (Dasgupta dalam Delgado-Ballester, 2004:575).

Pengalaman biasanya menjadi sumber bagi konsumen bagi terciptanya rasa percaya pada merek. Pengalaman ini akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan, atau kepuasan secara langsung dan kontak tidak langsung kepada konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk dengan merek yang sama (Aaker dan Lasser dalam Delgado - Ballester *et.al.* 2003:23).

Harapan konsumen atau pembeli biasanya dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu atau komentar dari teman atau bisa disebut dengan *word of mouth*. Kotler & Keller (2007:204) mengungkapkan bahwa *Word of Mouth* (WOM) merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Jika dilihat menurut pendapat Richins (1983) WOM telah diterima di masyarakat sebagai sumber informasi non

komersil yang memberikan pengaruh yang besar pada pembentukan sugesti dan keputusan pembelian. Konsumen lebih mempercayai *word of mouth* dalam menilai suatu produk dan secara tidak langsung mempengaruhi mereka untuk membeli produk tersebut. Cerita dan pengalaman seseorang yang telah menggunakan produk tersebut terdengar menarik dan bisa mempengaruhi pandangannya untuk ikut mencoba produk tersebut.

Table 1: Top Ten Smartphone Vendors Based on Market Share

Rankings	2013 Company	Market Share	2014 Company	Market Share	2015 Company	Market Share (F)
1	Samsung	32.5%	Samsung	28.0%	Samsung	26.6%
2	Apple	16.6%	Apple	16.4%	Apple	16.4%
3	Lenovo	4.9%	Lenovo + Motorola	7.9%	Lenovo	7.4%
4	Huawei	4.4%	LG	6.0%	Huawei	6.6%
5	LG	4.3%	Huawei	5.9%	Xiaomi	6.5%
6	Sony	4.1%	Xiaomi	5.2%	LG	6.1%
7	Coolpad	3.6%	Coolpad	4.2%	TCL	4.1%
8	ZTE	3.2%	Sony	3.9%	Coolpad	4.0%
9	Nokia	3.0%	ZTE	3.1%	ZTE	3.4%
10	RIM	2.5%	TCL	2.7%	Sony	3.1%
	Others	20.9%	Others	16.7%	Others	15.8%
<b>Shipment Total (Unit:M)</b>		<b>927.2</b>	<b>1,166.9</b>		<b>1,290.3</b>	

Source: Trendforce, Jan., 2015

Sumber : <http://id.technisia.com/jumlah-penjualan-smartphone-2015>

Dapat dilihat pada gambar diatas, samsung mendominasi pengguna smartphone tertinggi selama 3 tahun terakhir di Surabaya. Dapat dilihat *market share* Samsung menduduki peringkat pertama selama 3 tahun terakhir berturut-turut yaitu sebesar 26,6%, lalu pada peringkat kedua oleh smartphone Apple yaitu *market share*nya sebesar 16,4%, pada posisi ketiga diduduki oleh smartphone Lenovo yaitu sebesar 7,4%., kemudian pada posisi keempat diduduki oleh smartphone Huawei yang mempunyai market share sebesar 6,6%, setelah itu pada posisi kelima diduduki oleh 6,5% dan seterusnya seperti yang tercantum dalam gambar. Hal tersebut tak luput dari beberapa faktor yang mempengaruhinya

antara lain seperti kualitas produk, kepercayaan merek, dan *word of mouth* dari produk Samsung. Oleh karena itu Samsung dapat mendominasi sebagai penggunaan smartphone tertinggi selama beberapa tahun terakhir.

Setelah Samsung mulai membuat suatu perubahan kemajuan teknologi dengan meluncurkan smartphone berbasis android, masyarakat mulai berpaling untuk menggunakan produk ini. Sebut saja di Surabaya, saat ini hampir semua orang menggunakan smartphone Samsung. Selain sudah terjamin kualitasnya, smartphone Samsung juga sudah mempunyai banyak type pilihan yang berada dipasaran mulai dari yang tercanggih hingga yang kualitas menengah. Harganya juga bervariasi, dari harga termurah hingga termahal. Oleh karena itu mayoritas masyarakat Surabaya saat ini sedang beramai-ramai untuk menggunakan produk smartphone Samsung. Selain karena kualitas produknya, smartphone Samsung sudah dipercayai oleh masyarakat bahwa smartphone Samsung merupakan smartphone unggulan dibanding produk-produk lain yang saat ini berada dipasaran. Hal ini karena para pelanggan smartphone Samsung mampu memberikan informasi dari mulut-ke mulut sehingga masyarakat yang awalnya tidak memakai produk Samsung tertarik dan penasaran untuk menggunakan smartphone Samsung.

Melihat pentingnya peranan kualitas produk, kepercayaan merek, dan *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, maka penulis tertarik untuk membuat skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Surabaya”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka dapat dibuat suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Smartphone Samsung di Surabaya ?
2. Apakah ada pengaruh signifikan Kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Smartphone Samsung di Surabaya ?
3. Apakah ada pengaruh signifikan *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Smartphone Samsung di Surabaya ?
4. Apakah ada pengaruh signifikan Kualitas produk, Kepercayaan merek, dan *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Smartphone Samsung di Surabaya ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji secara mendalam tentang keputusan pembelian konsumen terhadap smartphone di Surabaya. Secara detail tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh Kepercayaan merek secara parsial terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh *Word of mouth* secara parsial terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Surabaya.



4. Untuk menguji pengaruh Kualitas produk, Kepercayaan merek, dan *Word of mouth* secara serempak terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari penelitian ini akan dapat memberikan berbagai macam manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini :

1. Bagi Perusahaan

Hasil peneliti ini dapat menjadi masukan yang dapat dijadikan acuan untuk menciptakan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan membawa manfaat bagi peneliti agar mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Surabaya.

3. Bagi Pembaca dan Konsumen

Bagi pembaca penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang smartphone yang dipilih dan apakah merek yang dipunyai oleh sebuah perusahaan memiliki sistem operasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

#### 4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi perbendaharaan atau koleksi prpustakaan STIE Perbanas khususnya kajian tentang merek, sehingga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa daam penyusunan penelitian ilmiah.

### **1.5 Sistematika Penulisan Penelitian**

Untuk mempermudah cara penulisan, peneliti membagi penelitian ini ke dalam bab-bab secara teratur dan sistematis. Tentang cara penulisan tersebut, maka memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap-tiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penyelesaian penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian

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

Pada bab ini dibahas tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel, definisi operasional

dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan realibilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

#### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

