

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi *smartphone* maka pasar *smartphone* di Indonesia juga semakin tumbuh dengan sangat pesat terutama di beberapa kota besar seperti Surabaya, hampir setiap hari pusat perbelanjaan di kota surabaya yang menjual berbagai macam produk *smartphone* selalu dipenuhi dengan calon pembeli yang ingin membeli *smartphone* ataupun hanya sekedar mencari informasi mengenai produk *smartphone* terbaru yang sedang beredar di pasar.

Penggunaan telepon selular atau handphone saat ini dapat dikatakan merupakan kebutuhan primer bagi manusia, karena dengan adanya alat komunikasi ini maka akan sangat mempermudah komunikasi. Perkembangan teknologi handphone hingga saat ini telah memasuki generasi ke-4 atau 4G (Fourth Generation). 4G merupakan sebuah sistem ponsel yang memberikan pendekatan baru dan solusi infrastruktur yang mengintegrasikan teknologi nirkabel yang telah ada termasuk wireless broadband (WiBro), 802.16e, CDMA, wireless LAN, Bluetooth, dan lain-lain. 4G juga memberikan penggunanya kecepatan tinggi, volume tinggi, kualitas baik, jangkauan global, dan fleksibilitas tinggi. Memasuki tahun 2008, sistem operasi Android muncul untuk pertama kalinya. Ponsel ini di dukung oleh Google untuk mempermudah pengguna berselancar di dunia maya. Brand pertama yang menggunakan Android sebagai

sistem operasinya adalah HTC Dream oleh T-Mobile. Di tahun yang sama *Apple* juga mulai mengembangkan produk *smartphone* agar dapat bersaing dengan Android. *Apple* mulai mengeluarkan dan mempromosikan APP STORE dan menyediakan aplikasi baik gratis ataupun berbayar. Dan aplikasi tersebut bisa langsung diunduh di ponsel tersebut atau pun melalui komputer, hal itulah yang membuat *Apple* banyak diminati pada saat itu.

Dalam persaingan merek di pasar *smartphone* sendiri hingga saat ini Samsung dengan system operasi android dinilai masih merupakan merek ponsel pintar terpopuler di dunia, satu tempat di atas *Apple*. Perusahaan asal Korea Selatan ini merupakan manufaktur ponsel terbesar di dunia sejak 2011 dengan jaringan penjualan dan perakitan yang ada di sekitar 80 negara. *Apple* belakangan mulai menasar pelanggan kelas menengah dan memperoleh hasil yang signifikan. Di bulan Maret 2015, *Apple* tercatat memiliki 453 toko retail di 16 negara dan mengoperasikan *Apple* Store serta iTunes yang merupakan retail musik online terbesar dunia. Selain itu terdapat beberapa merek lain seperti LG (Korea Selatan), Huawei (Tiongkok), Microsoft (Finlandia), Lenovo (Tiongkok), Asus (Taiwan), Sony (Jepang) dan juga beberapa merek pendatang baru seperti Xiaomi (China), Oppo (China), yang keberadaannya mulai mengganggu pemain pasar utama yaitu Samsung dan *Apple*. Berikut adalah data perkembangan dari beberapa merek yang bersaing ketat dalam pasar dunia *smartphone* selama kuartal 1 tahun 2014 hingga kuartal 1 tahun 2016:

Tabel 1.1
TOP FIVE *SMARTPHONE* VENDORS, SHIPMENTS, MARKET SHARE AND
YEAR-OVER-YEAR GROWTH. CALENDAR YEAR 2015Q1 (UNIT DALAM
JUTA)

| Vendor | 2015 Q1 Shipment Volume | 2015 Q1 Market Share | 2014 Q1 Shipment Volume | 2014 Q1 Market Share | Year-Over-Year Growth |
|------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Samsung | 7.3 | 24.8% | 6.8 | 27.0% | 7.5% |
| ASUS | 4.7 | 15.9% | 1.4 | 5.6% | 231.4% |
| Smartfren | 3.2 | 10.8% | 2.6 | 10.2% | 23.7% |
| Advan | 2.8 | 9.6% | 2.3 | 9.2% | 21.5% |
| Lenovo | 1.9 | 6.5% | 1.4 | 5.8% | 31.3% |
| Others | 9.5 | 32.5% | 10.6 | 42.2% | -9.8% |
| Total | 29.3 | 100% | 25.0 | 100% | 17.1% |

Sumber: IDC Asia/Pacific Quarterly Mobile Phone Tracker, February 2016.

Berdasarkan data yang didapat dari IDC (*International Data Corporation*) mengenai volume pengiriman dan market share beberapa merek *smartphone* global dari 2014-Q1 hingga 2015-Q1 terlihat beberapa *smartphone* asal China masih mendominasi pasar, dan *Apple smartphone* masih belum tampak pada lima besar volume pengiriman dan market share menurut data dari IDC.

Tabel 1.2
TOP FIVE *SMARTPHONE* VENDORS, SHIPMENTS, MARKET SHARE AND
YEAR-OVER-YEAR GROWTH. CALENDAR YEAR 2016Q1 (UNIT DALAM
JUTA)

| Vendor | 2016 Q1 Shipment Volume | 2016 Q1 Market Share | 2015 Q1 Shipment Volume | 2015 Q1 Market Share | Year-Over-Year Growth |
|----------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Samsung | 81.9 | 24.5% | 82.4 | 24.6% | -0.6% |
| Apple | 51.2 | 15.3% | 61.2 | 18.3% | -16.3% |
| Huawei | 27.5 | 8.2% | 17.4 | 5.2% | 58.4% |
| Oppo | 18.5 | 5.5% | 7.3 | 2.2% | 153.2% |
| Vivo | 14.3 | 4.3% | 6.4 | 1.9% | 123.8% |
| Others | 141.5 | 42.3% | 159.8 | 47.8% | -11.4% |
| Total | 29.3 | 100% | 25.0 | 100% | 0.2% |

Sumber: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, April 27, 2016.

Berdasarkan data yang didapat dari IDC (*International Data Corporation*) mengenai volume pengiriman dan market share beberapa merek *smartphone* global dari 2015-Q1 hingga 2016-Q1 terlihat persaingan pasar *smartphone* sangat ketat dan beberapa merek seperti Asus, Smartfren, Advan dan Lenovo yang berhasil masuk 5 merek *smartphone* dengan total pengiriman dan market share terbesar pada 2014-Q1 hingga 2015-Q1 tidak lagi menempati posisi 5 merek *smartphone* dengan total pengiriman dan market share terbesar pada periode 2016-Q1. Hingga data terakhir didapat pada 2016-Q1 merek Apple mulai terlihat meningkat secara signifikan pada total pengiriman dan market sharenya yang mencapai 15,3 persen dan menempati posisi kedua dibawah Samsung yang tetap bertahan di posisi pertama sejak 2014-Q1. Namun angka tersebut mengalami penurunan sejak 2015-Q1 dimana market share *Apple* pada saat itu adalah 18,3 persen.

Di Indonesia *Apple smartphone* selalu dikaitkan dengan pemilik yang berpenghasilan tinggi dan dianggap sebagai produk kelas atas yang premium dan identik dengan lifestyle, karena penggunanya kebanyakan adalah anak muda yang mengedepankan lifestyle. Sedangkan di Surabaya sebagian besar peminat dan pengguna *Apple smartphone* merupakan mahasiswa dari kampus elit yang berada di kota Surabaya.

Citra negara asal atau biasa disebut Country of origin merupakan isyarat dalam atribut produk yang mempengaruhi evaluasi konsumen dalam mengidentifikasi asal negara suatu produk (Rizky L.P dan Fajrianthi, 2012). Lokasi atau negara tempat dimana suatu produk dihasilkan akan

mempengaruhi persepsi orang mengenai kualitas produk tersebut, semakin banyak informasi yang dimiliki oleh konsumen, maka efek country of origin akan semakin berkurang (Rizky L.P dan Fajrianti, 2012).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Maka kualitas sebuah produk menjadi salah satu pertimbangan penting seorang konsumen sebelum menetapkan tujuan pembelian. Kualitas produk apabila dilihat dari negara asal seperti Amerika Serikat dapat dikatakan memiliki kualitas produk yang baik dan juga memiliki daya tahan serta keandalan yang sangat baik sama halnya dengan kualitas produk Eropa dan Jepang.

Faktor lain yang dirasa mempengaruhi Minat beli konsumen yaitu harga. Harga dirasa ideal bagi konsumen apabila kualitas produk sebanding dengan uang yang dikeluarkan untuk membeli produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Sagala (2014) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Wibowo (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap Minat beli konsumen. Masyarakat Surabaya pada umumnya adalah masyarakat dengan taraf ekonomi yang tinggi dikarenakan Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia, dengan hal tersebut maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar harga mempengaruhi minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya. Oleh karena itu penelitian ini nantinya bertujuan untuk menganalisis PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, KUALITAS PRODUK,

DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *APPLE SMARTPHONE* DI SURABAYA.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka masalah penelitian yang dapat di rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra negara asal berpengaruh terhadap minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya?
4. Apakah citra negara asal, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan maka tujuan penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh citra negara asal terhadap Minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap Minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.

3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap Minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.
4. Untuk menguji pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya penelitian dapat dirasakan oleh tiga pihak yakni bagi peneliti, bagi pembaca, bagi peneliti selanjutnya. Adanya penelitian mengenai pengaruh citra negara asal, kualitas produk dan harga terhadap Minat beli konsumen dalam membeli produk *smartphone*, manfaatnya adalah :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti mampu meningkatkan kemampuan menganalisis dan mengeksplor kembali mengenai, pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap Minat beli konsumen *smartphone*.

2. Bagi STIE Perbanas

Diharapkan penelitian ini memberikan informasi dan membantu penelitian selanjutnya oleh mahasiswa STIE Perbanas Surabaya untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap Minat beli konsumen *smartphone*.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi produsen *smartphone* untuk menciptakan produk yang sesuai dengan Minat konsumen ataupun dapat menjadi referensi bagi konsumen untuk mendapat pengetahuan

baru mengenai pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap Minat beli konsumen *smartphone*.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah cara penulisan skripsi ini, penulis merujuk pada pedoman penulisan tugas akhir STIE Perbanas Surabaya yang akan di bagi dalam tiga bab utama secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Penulisan skripsi ini memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap, terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah dan sistematika penulisan. Latar belakang penulisan penelitian dijelaskan mulai dari hal yang bersifat umum menuju hal yang bersifat lebih khusus atau spesifik yang lebih diperjelas pada sub bab latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan penelitian terdahulu yang menjadi referensi mengenai citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap Minat beli konsumen *smartphone*. Dan juga beberapa teori pendukung dalam penelitian ini. Hal tersebut nantinya dijelaskan melalui sub bab penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan hal hal apa saja yang akan dibahas dalam metode penelitian ini. Penjelasan lebih detil mengenai prosedur dalam penelitian ini. Sub bab yang ada pada bab ini adalah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik sampling, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi uraian tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan. Penjelasan lebih detil mengenai subyek dari penelitian, analisis data penelitian, dan pembahasan mengenai hasil dari data yang telah di analisis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi uraian tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.