

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli.

Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Perusahaan harus memiliki strategi agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Pada saat ini produk pilihan yang sangat diminati konsumen dan banyak melakukan pembelian yaitu produk ponsel. Salah satu produk ponsel yang terkenal yaitu Samsung. Samsung ini merupakan perusahaan elektronik yang menghasilkan beberapa barang elektronik termasuk *handphone* (HP) dengan merek Samsung.

HP Samsung berhasil menjadi penguasa pasar ponsel dan sangat diminati karena produknya yang canggih dan banyak pilihan tipe yang disediakan. Harga yang ditawarkan juga bervariasi tergantung dari spesifikasi ponsel itu sendiri.

Berikut ini merupakan data penjualan ponsel merek Samsung yang di sajikan pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2.

Tabel 1.1  
DATA PENJUALAN PONSEL SAMSUNG PADA TAHUN 2012 dan 2013  
PADA KUARTAL KE DUA

COMPANY	2013 Kuartal kedua	2013 Kuartal kedua Markets	2012 Kuartal kedua	2012 Kuartal kedua Markets
	Units	Share(%)	Units	Share (%)
Samsung	71,380.9	31.7	45,603.8	29.7
Apple	31,899.7	14.2	28,935.0	18.8
LG Electronics	11,473.0	5.1	5,827.8	3.8
Leonovo	10,687.6	4.7	4,370.9	2.8
ZTE	9,687.6	4.3	6,331.4	4.1
Others	90,213.6	40.0	62,704.0	40.8
Total	225,326.2	100.0	153,772.9	100.0

Sumber : <http://tekno.kompas.com>, diolah

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, data penjualan dari tahun 2012 sampai tahun 2013 kuartal kedua, Samsung berhasil menduduki produk ponsel teratas dibanding merek ponsel lainnya. Pada tahun 2012 kuartal kedua Samsung berhasil menjual produk ponselnya dengan persentase 29,7% dan menjual sebanyak 45,603.8 unit ponsel. Pada tahun 2013 kuartal Samsung berhasil meningkatkan penjualan produk ponselnya dan menghasilkan persentase sebanyak 31,7% dengan penjualan 71,380.9 unit. Hal ini, menunjukkan keberhasilan perusahaan Samsung dalam memproduksi dan menjual produk ponselnya.

Tabel 1.2  
DATA PENJUALAN PONSEL SAMSUNG PADA TAHUN 2013 dan 2014  
PADA KUARTAL KE TIGA

COMPANY	2014 kuartal ketiga	2014 kuartal ketiga Markets	2013 kuartal ketiga	2013 kuartal ketiga Markets
	Units	Share(%)	Units	Share (%)
Samsung	73,212.4	24.4	80,356.8	32.1
Apple	38,186.6	12.7	30,330.0	12.1
Huawei	15,934.9	5.3	11,665.7	4.7
Xiomi	15,772.5	5.2	3,617.5	1.5
Lenovo	15,011.9	5.0	12,882.0	5.2
Others	142,891.6	47.5	111,445.0	44.5
Total	301,009.9	100.0	250,297.0	100.0

Sumber : <http://techno.okezone.com>, diolah

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, pada tahun 2014 kuartal ketiga, Samsung mengalami penurunan persentase penjualan dan penurunan penjualan produk ponsel. Peningkatan penjualan Samsung terjadi pada tahun 2013 kuartal ketiga meningkat sebesar 32.1% dan mampu menjual sebanyak 80,356.8 unit. Penurunan terjadi di kuartal ketiga pada tahun 2014 yaitu menunjukkan persentase penjualan sebesar 24,4% dan penurunan penjualan sebanyak 73,212.4.

Hal ini, bisa terjadi dikarenakan mulai banyaknya pesaing dari perusahaan lain yang menghasilkan produk yang memiliki kualifikasi hampir sama dengan produk-produk keluaran Samsung atau bahkan bisa saja dari kurangnya strategi yang dipersiapkan oleh Samsung. Perusahaan Samsung harus memiliki strategi yang lebih baik agar produk ponsel yang dihasilkan mengalami peningkatan penjualan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan Samsung adalah bentuk promosi penjualan apa saja yang digunakan dalam menjual produknya.

Promosi penjualan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya. Konsumen tidak hanya akan tertarik dengan bentuk-bentuk dari ponsel atau dari harganya saja tetapi, konsumen juga akan tertarik jika sebuah produk yang di tawarkan dapat memberikan banyak keuntungan. Keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan haruslah dapat menarik konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkannya. Perusahaan khususnya Samsung perlu memperhatikan keuntungan apa saja yang dapat diberikan pada konsumennya salah satunya dengan promosi yang disediakan.

Dengan melalui promosi-promosi yang disediakan seperti halnya ada pemberian diskon, adanya undian berhadiah setelah memberi produk, atau penawaran-penawaran lain yang di berikan sesuai dengan kebijakan sebuah perusahaan tersendiri.

Morissan (2010:25) mendefinisikan promosi penjualan sebagai berikut :

Promosi penjualan secara umum dibedakan menjadi dua yaitu promosi penjualan berorientasi kepada konsumen (*consumer-oriented sales promotion*) dan promosi penjualan berorientasi kepada perdagangan (*trade-oriented sales promotion*). Promosi yang di tunjukkan kepada konsumen di tujukan kepada pengguna atau pemakai akhir suatu barang atau jasa yang mencakup pemberian kupon, pemberian sampel produk, potongan harga, undian berhadiah, kontes dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan definisi alat promosi di atas, perusahaan Samsung memberikan beberapa promosi guna untuk meningkatkan penjualannya. Terkait dengan promosi yang dilakukan oleh Samsung, berikut ini merupakan gambaran yang akan menjelaskan promosi apa saja yang diberikan oleh Samsung kepada konsumennya.



<http://www.samsung.com/id/promoparade/>

Gambar 1.1  
PROMOSI PENJUALAN SAMSUNG DALAM BENTUK PREMIUM

Premium dalam Gambar 1.1 ini merupakan salah satu bentuk promosi yang di gunakan oleh perusahaan Samsung. Bentuk penawaran yang diberikan berupa pemberian *voucher* atau penurunan harga di bawah harga asli yang di berikan oleh Samsung. Promosi ini dapat saja menarik konsumen untuk membeli produk Samsung, karena pembeli bisa mendapatkan produk dari HP Samsung di bawah harga normal.

Menurut (Agus Hermawan 2012:133) premium (hadiah) merupakan kompensasi yang nyata. Suatu insentif yang diberikan bagi tujuan tertentu, biasanya bagi pembelian suatu produk. Premium kemungkinan gratis, atau jika tidak biayanya berada di bawah harga yang biasanya diterapkan.



Promo Samsung Galaxy S6 dan S6 EDGE Cashback 500.000 Hingga 31 Mei 2015.

<http://www.hargasmartphone.com/2015/01/promo-samsung-terbaru-2015.html>

Gambar 1.2  
PROMOSI PENJUALAN SAMSUNG DALAM BENTUK  
RABAT(CASHBACK)

Gambar 1.2 di atas menjelaskan bahwa penawaran dalam bentuk *cashback* atau rabat sudah dilakukan oleh Samsung. Besarnya pengembalian dana yang diberikan oleh Samsung sesuai dengan kebijakan Perusahaan Samsung sendiri. Pengembalian dana bertujuan untuk meningkatkan jumlah atau frekuensi pembelian dana ini secara temporer mendorong konsumen memenuhinya. Konsumen melihat pengembalian dana dan rabat sebagai hadiah atas suatu pembelian dana dan rabat sebagai hadiah atas suatu pembelian (Agus Hermawan 2012:133).



Kuis Share Samsung Solusi Tab 3v Persiapan Lomba 17an berhadiah Samsung  
Galaxy Tab 3V

<http://www.infokuis.id/>

### Gambar 1.3 PROMOSI PENJUALAN SAMSUNG DALAM BENTUK KONTES

Dalam Gambar 1.3 ini menjelaskan mengenai kuis yang diadakan oleh Samsung dan berhadiah *gadget* yang dipersembahkan oleh Samsung. Menurut C.Nagadeepa *et al.*,(2015) biasanya kontes dikenal sebagai 'Beruntung Menarik' yang dilakukan oleh pemasar sehubungan dengan terkait dengan penjualan. Kontes ini bisa berbentuk lomba-lomba yang diadakan dan memerlukan penilaian tertentu mengenai siapa yang beruntung dalam kontes yang diadakan oleh Samsung.

Selain promosi penjualan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu persepsi kualitas dari sebuah produk. Menurut penelitian Choy Johnn Yee *et al.*,( 2011) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dari persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.

Dalam memasarkan produk sebaiknya pemasar tidak hanya menonjolkan promosi penjualan saja tetapi juga perlu memperhatikan kualitas produk. Persepsi pelanggan terhadap kualitas itu merupakan hal yang perlu dibentuk karena apa yang diharapkan pelanggan terhadap ponsel tersebut haruslah bisa diberikan oleh

Samsung. Terdapat dua faktor utama yang dijadikan pedoman konsumen, yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (Tatik Suryani 2013:89). Apabila harapan itu dapat di penuhi maka konsumen akan memiliki persepsi kualitas yang baik terhadap produk Samsung.

Alat Promosi berupa premium, rabat, kontes dan persepsi kualitas merupakan beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk mengetahui apakah faktor-faktor ini dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian ponsel merek Samsung di Surabaya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik **“Pengaruh Alat Promosi Penjualan dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Samsung Di Surabaya”**.

## **1.2 Perumusan Masalah :**

- a. Apakah premium berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya?
- b. Apakah rabat berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya?
- c. Apakah kontes berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya?
- d. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya?

- e. Apakah premium, rabat, kontes dan persepsi kualitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis pengaruh premium terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya
- b. Untuk menganalisis pengaruh rabat terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya
- c. Untuk menganalisis pengaruh kontes terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya
- d. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya
- e. Untuk menganalisis pengaruh premium, rabat, kontes dan persepsi kualitas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian HP merek Samsung di Surabaya

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

- a. Bagi Perusahaan Samsung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan dalam menentukan strategi dan memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen agar dapat meningkatkan penjualan pada masa yang akan datang

b. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini dapat memperoleh pengetahuan tambahan dan mempelajari mengenai lebih praktek dalam promosi dengan menggunakan alat promosi dan mengetahui persepsi kualitas yang diharapkan

c. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat memberikan ilmu dan informasi yang berguna bagi mahasiswa/i yang ini melakukan penelitian selanjutnya. Sehingga dapat memperkaya hasil penelitian bagi lembaga itu sendiri

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Pada bab ini, dijelaskan isi dari masing – masing bab yang disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut:

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

Dalam bab pendahuluan dijelaskan secara keseluruhan mengenai latar belakang topik, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

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

Dalam bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasar teori yang akan diteliti, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian

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

Dalam bab 3 metode penelitian secara rinci menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan

teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data

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

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

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

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

