BABI

PENDAHULUAN

1.1 <u>Latar Belakang Masalah</u>

Niat membeli pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan sangat sulit untuk diwujudkan. Niat membeli sulit diwujudkan karena adanya pengaruh seseorang untuk membeli suatu produk. Suatu produk harus mempunyai keunggulan atas produk lain, sehingga konsumen tertarik terhadap produk tersebut. Niat beli dapat dipengaruhi oleh citra merek yang baik. Citra merek dari suatu produk yang baik akan mendorong para calon pembeli untuk membeli produk tersebut daripada membeli produk yang sama dengan merek lain. Karena itu penting bagi perusahaan untuk memperhatikan perilaku pembelian mereka guna menentukan langkah yang tepat untuk mengantisipasinya. Apabila suatu citra merek itu sudah melekat di konsumen, maka citra perusahaan juga akan dipandang baik oleh konsumen. Jadi minat beli adalah kesungguhan hati untuk memiliki sesuatu dengan pengorbanan dimana minat beli itu timbul karena konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan.

Halim dan Hameed (2005) menjelaskan niat pembelian karena jumlah pelanggan yang memiliki proposal untuk membeli produk di masa depan dan melakukan pembelian dan menghubungi untuk produk tertentu.

Kang (2011) menjelaskan niat beli yang berkaitan empat perilaku konsumen termasuk rencana diragukan untuk membeli produk, ketika seseorang merenungkan untuk membeli produk di masa depan dan untuk membeli produk tertentu.

Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada pembelian dengan kebebasan memilih, misalnya pada PC tablet Samsung.

Di era globalisasi seperti ini masyarakat dihadapkan dengan kemajuan teknologi informasi. Industri IT terus mengalami perkembangan yang kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang PC tablet yang ada di Indonesia. Kebutuhan akan teknologi terus berjalan dengan baik karena selera masyarakat terus berubah. PC tablet dapat membantu penggunanya dalam hal browsing di internet, mengecek email, melihat foto dan aplikasi lainnya (http://portal.paseban.com). Peminat PC tablet tidak hanya dari kalangan remaja, tetapi dari kalangan dewasa, jenis kelamin pria atau wanita. Pengguananya tidak akan mengalami kesulitan mengoperasikan PC tablet, karena cara kerjanya sama seperti handphone. Perbedaan handphone dengan PC tablet terletak pada ukuran PC tablet yang lebih besar dan lebih komplek aplikasinya. PC tablet adalah komputer tablet berbasis android yang diproduksi oleh Samsung yang sudah diproduksi pada tanggal 2 September 2010 di IFA Berlin. Mempunyai fitur 7-inci (180 mm) & 10.1-inchi TFT-LCD touchscreen, mempunyai kemampuan Wi-Fi, sebuah 1.0 GHz Cortex A8-ARM (Hummingbird) prosesor, dan sistem masukan swype. Hal ini dilengkapi dengan kamera belakang 3,2 MP dan kamera depan 1,3 MP yang berguna untuk videocall. Samsung galaxy tab di rilis dan dilengkapi dengan Android 2.2 / froyo (talaxy tab 1) & android 3.1 / honeycomb (galaxy

tablet 2). Perangkat keras tablet ditutupi dalam tubuh plastik yang membuatnya lebih ringan dibandingkan dengan tablet logam buatan lainnya, dengan berat 380 gr. Model GT-P1000 membawa 7 "TFT LCD bukan sebuah AMOLED yang digunakan oleh samsung di sebagian besar ponsel yang layarnya memiliki resolusi 1024×600 . PC tablet Samsung memiliki penyimpanan flash internal sebesar 16 GB atau 32 GB yang dapat diperluas dengan kartu microSD.

Perusahaan harus banyak memiliki cara untuk memenangkan persaingan. Perusahaan dihadapkan dengan bagaimana cara yang tepat untuk memenuhi kepuasaan pelanggan, sehingga pelanggan itu loyal dengan suatu merek. Dengan inovasi produk dan layanan yang baik, pelanggan itu akan merasa nyaman dengan produk yang telah dibeli.

Pada pengguna PC tablet Samsung banyak konsumen yang mengeluh karena kualitasnya tidak sebanding dengan harganya. Banyak hal yang terjadi setelah konsumen itu membeli PC tablet Samsung. PC tablet Samsung setelah digunakan bermasalah ketika memotret hasilnya blank abu-abu (www.kaskus.co.id diunduh 26 september 2014 pukul 09.35) dan konsumen kecewa dengan performa android froyo tidak sesuai digunakan pada tablet (http://android.gopego.com dinduh 25 september 2014 pukul 18.32). Konsumen merasa tidak nyaman dengan banyaknya gangguan yang ada. Hal ini dapat menganggu citra merek yang telah dibangun oleh Samsung. Apabila citra merek dari PC tablet Samsung ini mengalami penurunan, minat beli dari konsumen juga akan mengalami penurunan. Konsumen tidak akan puas dengan kualitas yang ada pada PC tablet Samsung. Setelah kepuasaan tidak didapat oleh konsumen,

konsumen itu akan berpindah ke merek lain dan itu berarti konsumen tidak loyal dengan PC tablet Samsung. Hal ini jelas akan merugikan dari pihak Samsung itu sendiri.

Hal yang paling utama dalam mempertahankan niat pembelian adalah dengan menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen terhadap PC tablet Samsung dengan cara memberikan layanan yang terbaik. Komitmen ini akan terus diingat dibenak konsumen hingga kapanpun. Dengan adanya komitmen tersebut berarti PC tablet Samsung bertanggung jawab sepenuhnya atas kepuasan produk yang diberikan.

Kehadiran beberapa merek nasional maupun internasional kategori teknologi informasi di satu sisi telah terbukti bermanfaat bagi pelanggan dalam hal pilihan. Di sisi lain telah menyebabkan persaingan besar di antara merek nasional dan internasional. Merek akan terus menerus mencari atribut yang akan membantu mereka dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dalam industri ini banyak hal yang tidak sesuai dengan apa yang telah dipromosikan sebelumnya. Terkadang harapan konsumen itu hanya sebatas harapan tidak menjadi kenyataan. Konsumen tentunya akan merasa kecewa dengan hal itu. Perusahaan PC tablet Samsung yang citranya sudah buruk, dapat mengembalikan nama baiknya dengan cara memperbaiki kelemahan produk dengan mengggantinya dengan yang lebih baik. Harga diskon sudah banyak dilakukan oleh perusahaan yang lainnya. Dengan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian kepada PC tablet Samsung, dapat memberikan keuntungan

yang lebih signifikan kepada perusahaan. Tetapi, apabila terus menerus memberikan diskon kepada konsumen juga tidak baik untuk produk itu sendiri.

Tabel 1.1 JUMLAH PENGGUNA PC TABLET DI INDONESIA TAHUN 2013

MEREK	TOP BRAND INDONESIA 2013	ТОР
Samsung Galaxy Tablet	37,6%	TOP
Ipad	13,4%	TOP
Acer Iconia	11,4%	
Toshiba	4,3%	
Asus Eee Pad	4,1%	
HP	4,1%	

Sumber data: http//topbrandaward.com

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat pada presentase PC tablet Samsung masih pada posisi TOP. Di tahun 2013 presentase penjualan PC tablet Samsung sebesar 37,6%. Meskipun PC tablet Samsung masih menguasai pasar, kemungkinan penurunan masih bisa terjadi apabila Samsung tidak merespon dengan baik keluhan yang ada.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

- a: Apakah Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung?
- b: Apakah Loyalitas Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung?

- c: Apakah Harga Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung?
- d: Apakah Citra merek, Loyalitas Merek, Harga Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat pembelian PC tablet Samsung?

1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a: Untuk mengetahui Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung.
- b: Untuk mengetahui Loyalitas Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung.
- c: Untuk mengetahui Harga Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian PC tablet Samsung.
- d: Untuk mengetahui Citra merek, Loyalitas Merek, Harga Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat pembelian PC tablet Samsung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari citra merek, loyalitas merek, harga diskon terhadap niat pembelian pada konsumen PC tablet Samsung di Surabaya.

b. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk bahan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.

c. Bagi Peneliti dan Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran dan untuk menerapkan ilmu yang telah diterima dalam proses kuliah dan nantinya di implementasikan di dunia kerja.

1.5 <u>Sistematika Penulisan</u>

Penyusunan penelitian ini dibagi dalam beberapa bab secara berurutan. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub bab yang disusun secara sistematis, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan mmbahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, landasan teori dan hipotesis penelitian. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel data dan metode pengumpulan data serta teknik pengambilan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian yang merupakan garis besar sampel penelitian dan karakteristik responden yang nantinya akan dianalisis, serta analisis data dari hasil penelitian yang terdiri dari analisis validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, teknik analisis dan pemabahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian yang dilakukan, serta saran yang merupakan implikasi hasil penelitian baik bagi pihak yang terkait dengan hasil penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.