

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menghasilkan penjualan yang baik tentunya dibutuhkan suatu produk atau jasa yang di minati oleh konsumen sehingga adanya niat untuk membeli atau menggunakan produk jasa tersebut. Hal ini disebabkan apabila adanya suatu citra merek, pengetahuan produk dan pengaruh sosial yang baik pada suatu produk tersebut dan dapat di terima oleh pelanggan dengan baik pula sehingga dapat menimbulkan niatan untuk membeli pada suatu produk.

Dengan bertambahnya jumlah produk dan pesaing berarti konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan informasi. Penggunaan teknologi telekomunikasi selain dapat membantu dan meringankan pekerjaan yang dibutuhkan juga menjadi instrumen peningkatan efektifitas dan efisiensi bisnis. Era teknologi telekomunikasi menjadi area bisnis dan menjadi rantai pertumbuhan ekonomi yang banyak diperebutkan pelaku usaha karena potensi yang sangat luar biasa. Salah satu produk teknologi telekomunikasi yang saat ini populer dipasarkan adalah android.

Android adalah sistem operasi yang berbasis Linux untuk telepon seluler seperti telepon pintar dan komputer tablet. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Perkembangan bisnis di dunia teknologi informasi saat ini yang di latar belakang oleh android dari tahun ke

tahun mengalami inovasi teknologi dan mengalami peningkatan penjualan serta menjadi perhatian masyarakat luas karena telah menjadi kebutuhan serta gaya hidup era informasi masyarakat modern saat ini. Di kalangan masyarakat modern saat ini, perangkat lunak berbasis Android sudah menjadi demam di masyarakat luas karena kecanggihan dari media komunikasi tersebut sehingga penyebab fenomena sosial ini meningkat dan di perkuat oleh data perlu diteliti adanya, yang menyebabkan penjualan Android sangat melambung tinggi sehingga persaingan vendor smartphone pun mengalami kenaikan yang sangat luar biasa dengan banyaknya smartphone yang diluncurkan dengan berbagai model,kecanggihan serta fasilitas yang diberikan sesuai permintaan pasar yang cukup tinggi selama tiga tahun terakhir ini. Berikut data perbandingan penjualan ponsel smartphone

Tabel 1.1
DATA PERBANDINGAN PENJUALAN SMARTPHONE

Vendor	2012 Unit Sales	2012 Market Share	2011 Unit Sales	2011 Market Share
Samsung	90.432,10	21,6	69.827,60	16,3
Nokia	83.420,10	19,9	97.869,30	22,8
Apple	28.935,00	6,9	19.628,80	4,6
ZTE	17.936,40	4,3	13.070,20	3
LG Electronica	14.345,40	3,4	24.420,80	5,7
Huawei Device	10.894,20	2,6	9.026,10	2,1
TCL Communication	9.355,70	2,2	7.938,90	1,9
HTC	9.301,20	2,2	11.016,10	2,6
Motorola	9.163,20	2,2	10.221,40	2,4
Research In Motion	7.991,20	1,9	12.652,30	3
Others	137.233,40	32,8	152.989,70	35,7
Total	419.007,90	100	428.661,15	100

Sumber : <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=2120015>

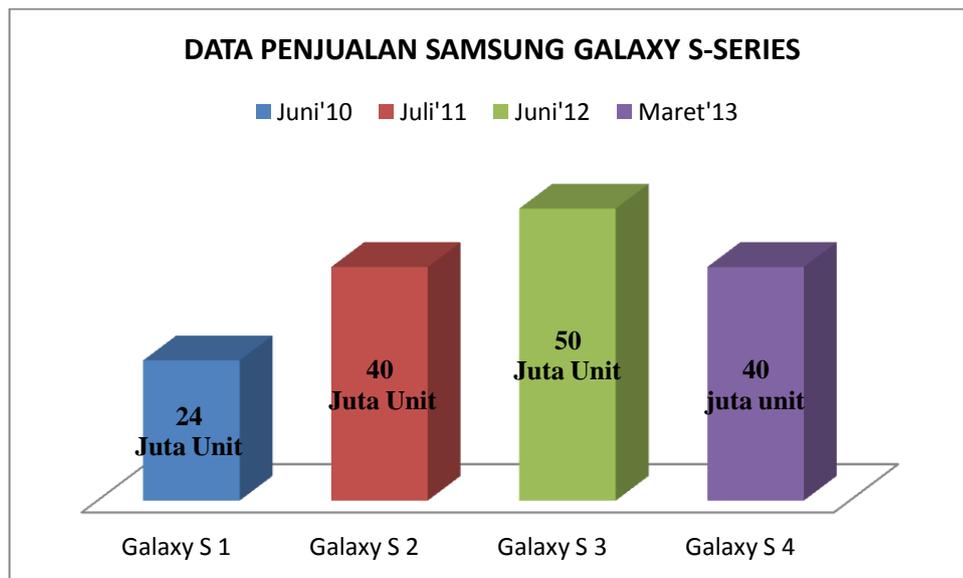
Berdasarkan Tabel 1.1 penjualan Android yang di adopsi smartphone telah membawa Samsung menempati posisi tertinggi yang sebelumnya selama bertahun-tahun diduduki oleh Nokia. Sementara Apple melalui Iphone tidak mendominasi pasar smartphone global tetapi mampu menghasilkan laba jauh lebih besar dari Samsung yang memiliki banyak sekali smartphone dan unit jual dengan rate yang tinggi dibanding Apple.

Samsung adalah salah satu penyedia terbesar di dunia teknologi. Dimulai sebagai perusahaan perdagangan ekspor berbagai produk dari Korea Selatan ke Beijing, Cina. Didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938, Samsung secara bertahap hingga saat ini berkembang menjadi korporasi multinasional.

Sejarah Samsung pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, Samsung Electronics berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, investasi yang penting dalam mendorong perusahaan untuk terdepan dalam industri elektronik global. Samsung mulai bangkit sebagai perusahaan internasional pada 1990-an hingga sekarang. Samsung Electronics mengungguli Sony sebagai salah satu merek yang paling populer di dunia konsumen elektronik pada tahun 2004 dan 2005, serta peringkat ke 19 di dunia secara keseluruhan. Samsung menjadi perusahaan terbesar kedua setelah Nokia dengan volume dunia produsen ponsel terutama pangsa pasar terkemuka di Amerika Utara dan Eropa Barat.

Kesuksesan Samsung di dunia smartphone dimulai pada bulan 27 April 2009, Samsung meluncurkan handphone Android pertamanya yakni Samsung i7500 yang selanjutnya keberhasilan Samsung dalam platform Android dimulai dengan peluncuran Samsung Galaxy S Series pada tahun 2010 dan tingkat

penjualan ini pun cukup tinggi serta fenomena ini menjadi sejarah bagi Samsung sendiri yang membawa posisi tertinggi menjadi urutan pertama yang selama ini diduduki oleh Nokia sebagai vendor penjualan handphone terbaik setelah peluncuran Android Samsung Galaxy S-Series ini.



Sumber: <http://tekno.kompas.com/Deliusno>. <http://android.gopego.com>
[www.tempo.co/Rindu P Hesty/Digital Trends](http://www.tempo.co/Rindu_P_Hesty/Digital_Trends)

Gambar 1.1
Data Penjualan Samsung Galaxy S-Series

Berdasarkan sumber kompas.com, Pencapaian luar biasa diraih oleh Samsung melalui tiga model smartphone dari keluarga Galaxy S. Baru hadir selama 2 tahun 7 bulan, seri *smartphone high-end* Samsung ini secara total telah laku terjual sebanyak lebih dari 100 juta unit. Perangkat pertama dari seri ini, Galaxy S, hingga saat ini sudah terjual Sebanyak 24 juta unit sejak pertama kali diluncurkan pada Juni 2010.

Generasi kedua dari model tersebut, Galaxy S II, juga mendapatkan sukses besar. Perangkat yang satu ini laku terjual nyaris dua kali lipat lebih banyak dari

generasi pertama, yaitu sebanyak 40 juta unit. Produk ini untuk pertama kalinya diluncurkan di pasaran pada Juli 2011.

Berdasarkan sumber android.gopego.com, Samsung Galaxy S series merupakan perangkat Android paling populer di pasar global. Meski Samsung Galaxy S empat baru saja rilis, lantas hal ini tidak membuat penjualan Samsung Galaxy III menurun pada saat ini. Chief Samsung Mobile, JK Shin, baru saja mengumumkan penjualan secara global Samsung Galaxy S III saat ini telah mencapai 50 juta unit.

Dalam pengumuman tersebut, JK Shin menambahkan bahwa pada saat ini penjualan Samsung Galaxy S III terus meningkat meski generasi terbaru dari Samsung Galaxy S telah diumumkan (S4) Maret 2013. Pada kesempatan tersebut, JK Shin juga mengungkapkan bahwa Samsung Mobile saat ini sedang dalam proses menyatukan Bada dengan Tizen.

Berdasarkan sumber Tempo.co, Penjualan Samsung Galaxy S4 kabarnya memecahkan rekor keuntungan perusahaan. Enam bulan setelah peluncuran, ponsel pintar ini sudah terjual sebanyak 40 juta unit. Samsung Electronic bahkan menyatakan penjualan tersebut memberikan keuntungan yang besar untuk perusahaan asal Korea Selatan ini.

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan kenaikan angka penjualan tidak begitu tinggi, tetapi penjualannya stabil dan terus meningkat dengan cukup baik pada peluncuran produk baru versi S1 S2 dan S3. Tetapi, adanya penurunan penjualan terhitung mulai peluncuran versi S keempat pada data tahun 2013.

Berikut dampak penurunan penjualan dan keluhan pada Samsung Galaxy S4 :

1. Keluhan pelanggan terhadap headset yg cepat memanas (overheating) hingga 50 derajat celcius . Pada suhu itu ponsel tidak nyaman dipakai atau jika dilekatkan di dekat telinga untuk menerima panggilan dan ada pula pelanggan mengeluhkan ponselnya overheating saat menggunakan kamera. Berdasarkan sumber Dewi Widya Ningrum.2013 (<http://m.liputan6.com>)
2. Keluhan pelanggan terhadap daya baterai, mereka mengeluhkan daya tahan baterai dan suhu baterainya yang cepat panas karena baterai 2600mAh yang disematkan cepat sekali terkuras. Jika digunakan dalam waktu yang lama atau saat diisi baterainya, baterai terasa panas hingga baterai yang mengembang. Tentunya banyak pengguna smartphone yang tidak mau mengambil resiko terjadi kecelakaan seperti baterai meledak atau tersengat listrik dan Samsung memberikan penggantian baterai gratis bagi para pengguna Galaxy S4 yang merasakan ada masalah dengan baterai smartphonenya tersebut. Berdasarkan sumber Tim jagat review. 2013 (<http://www.jagatreview.com>)
3. Samsung Galaxy S4 mengalami penurunan dan penurunan ini juga berimbas pada saham Samsung. Saham Samsung telah mengalami penurunan hingga lebih dari 6% karena penjualan Galaxy S4 yang menurun. Analisis dari JPMorgan Chase & Co memperkirakan bahwa penurunan ini dikarenakan oleh permintaan pasar atas Galaxy S4 yang melambat.

Berdasarkan sumber JP Morgan Chase and Co. 2013 (<http://mobile88.co.id>)

Suatu Merek menjadi hal yang penting dalam era modernisasi atau globalisasi saat ini, yang di latar belakang oleh suatu informasi mengenai merek yang ditujukan kepada konsumen dengan berbagai macam media penghubung khususnya media teknologi. Suatu perusahaan dapat menghasilkan produk jasa yang kreatif dan inovatif, yang pada akhirnya dapat menciptakan suatu kualitas yang baik serta dapat memberikan suatu nilai bagi suatu merek kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 231), merek adalah nama, istilah, tanda atau simbol, desain atau kombinasi keseluruhannya, yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan sekaligus sebagai diferensiasi produk.

Perkembangan dan inovasi yang semakin ketat menjadikan suatu citra merek bersifat psikologis pada konsumen, yang di dalam citra merek merupakan sebuah persepsi penilaian yang dipandang oleh khalayak untuk menilai sebuah produk. Menurut (Kotler, 2008: 346) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Citra pada suatu merek merupakan obyek yang nantinya akan dinilai oleh konsumen, hal ini sangat berkaitan dengan persepsi atau *style*. Citra merek harus mempunyai nilai positif dimata calon konsumen, bila sebuah merek sudah tertanam baik dibenak konsumen, maka hal tersebut akan mengurangi rasa keraguan ataupun kebingungan dalam membeli sebuah produk dan nantinya konsumen akan membeli produk tersebut karena percaya akan produk yang dibelinya sesuai dengan apa yang di persepsikan tanpa terlalu mempertimbangkan banyak hal.

Pada era kompetisi yang semakin ketat, pengetahuan produk menjadi hal yang sangat penting dalam memenuhi kriteria kebutuhan, yang di dalamnya merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, di mana pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila Pemasar atau penjual dapat memahami tentang pengetahuan produk yang baik dan benar maka ia akan mudah melakukan konfirmasi kepada konsumen atau pelanggan untuk memastikan pembelian produk. Pengetahuan produk juga meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan produk juga terdiri dari pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka konsumen akan menentukan di mana saat konsumen akan membeli produk tersebut dan kapan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

Perilaku konsumen tentunya dipengaruhi oleh faktor sosial, yang di mana Faktor sosial merujuk kepada efek yang diberikan dari seseorang kepada sikap konsumen individu lainnya (Ang *et al*, 2001).

Niat beli sering digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam mempelajari hubungan, Menurut Philip Kotler (2007: 234-235) mendefinisikan niat beli sebagai “ proses pembelian dimulai ketika konsumen mengenali kebutuhan, kebutuhan itu timbul oleh rangsangan external maupun internal yang bisa bersumber dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga), sumber komersial (iklan, wiraniaga, kemasan), sumber publik (media masa) maupun dari sumber

pengalaman dan penilaian produk yang akan menimbulkan respon maupun tindakan selanjutnya untuk produk tersebut”.

Fenomena sosial yang terjadi saat ini merupakan sikap perilaku konsumen yang konsumtif dengan munculnya produk baru khususnya pada produk android. dimana respon masyarakat terlihat sangat jelas dengan adanya intensi pembelian unit yang cukup tinggi pada produk Galaxy Samsung S Series dengan di dukung oleh fenomena dan tren yang terjadi saat ini yang di latar belakang oleh kemajuan era telekomunikasi dunia, walaupun adanya penurunan unit jual pada produk baru tersebut. Dengan adanya fakta dan pernyataan tersebut, menjadikan sebuah fenomena yang menarik untuk di teliti lebih dalam. Berdasarkan latar belakang, maka judul penelitian yang diambil penelitian adalah pengaruh citra merek, pengetahuan produk dan pengaruh sosial terhadap niat beli pada Samsung Galaxy S- Series bagi pelanggan di Surabaya.

1.2 **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya?

4. Apakah citra merek, pengetahuan produk, pengaruh sosial secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesungguhnya mengenai jawaban yang dikehendaki dalam rumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya
2. Untuk menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya
3. Untuk menguji pengaruh sosial terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya
4. Untuk menguji pengaruh citra merek, pengetahuan produk, pengaruh sosial secara bersama-sama terhadap niat beli pelanggan Samsung Galaxy S-Series di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk beberapa hal, yaitu :

1. Manfaat Bagi Penulis

Memberikan kesempatan berharga bagi peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan dipelajari, serta meningkatkan pengetahuan pemasaran khususnya terhadap informasi yang diperoleh dari penelitian.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada perusahaan Informasi Samsung mengenai pengaruh citra merek, pengetahuan produk, pengaruh sosial terhadap niat beli pelanggan guna mempertahankan pangsa pasar yang unggul dalam persaingan

3. Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambahan, perbendaharaan keputusan dan memberikan informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa STIE PERBANAS Surabaya.

4. Bagi Pembaca

Memberikan tambahan ilmu dan wawasan yang luas dalam bidang marketing khususnya citra merek, pengetahuan produk dan pengaruh sosial terhadap niat beli pelanggan.

1.5 **Sistematika penulisan**

Dalam menyusun penelitian ini penulis akan membagi dalam beberapa tahap bab secara berurutan. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang disusun secara sistematis. Pembagian bab-babnya secara sistematis adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan yang dimulai dengan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka antara lain meliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini dengan teori-teori yang mendukung penelitian, Khususnya citra merek, pengetahuan produk, pengaruh sosial, niat beli, dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan memberikan penguraian mengenai metode penelitian yang antara lain adalah penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV : GAMBARAN DAN SUBYEK PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Gambaran umum terhadap subyek penelitian termasuk karakteristik responden, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan tentang hasil analisis yang berkaitan dengan perumusan masalah.