

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media teknologi komunikasi di Indonesia saat ini semakin canggih dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindarkan. Seperti bertambah banyaknya masyarakat yang menggunakan media komunikasi berupa *Handphone*. *Handphone* pada awalnya merupakan barang yang langka dan dianggap mewah, serta hanya orang kalangan ekonomi atas yang dapat memilikinya. Namun seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, kini *Handphone* menjadi barang primer serta mudah dibeli. *Handphone* sekarang ini sudah menjadi alat komunikasi yang penting dan di gemari oleh berbagai kalangan masyarakat, baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Selain dijadikan sebagai alat komunikasi, *Handphone* juga sudah menjadi trend gaya hidup di masyarakat pada saat ini.

Dengan banyaknya produk-produk *Handphone* yang menawarkan berbagai fasilitas-fasilitas lengkap dan menarik, menjadikan masyarakat tertarik untuk membeli dan selalu mengikuti arah perkembangan media teknologi komunikasi yang canggih. Semakin majunya produsen dalam menciptakan *Handphone*, sehingga memunculkan produk *Smartphone* yang sekarang ini banyak di minati oleh banyak orang. Salah satu produk *Smartphone* adalah Sony Xperia. Sony didirikan pada 7 Mei 1946 dengan nama Perusahaan Telekomunikasi. Perusahaan asal Jepang ini sudah memasuki pasar Indonesia

sejak tahun 1995. Perusahaan ini bisa mengikuti persaingan dalam alat yang berupa *Handphone*. Banyak jenis *Handphone* yang ditawarkan oleh produsen pada konsumen dan untuk saat ini tipe *Smartphone* merupakan yang paling *booming* dipasar *Handphone*. Dengan adanya hal tersebut Sony juga ikut meramaikan persaingan tersebut dengan di produksinya *Smartphone* dari Sony dengan tipe tipe Xperia E, Xperia U, Xperia M, Xperia Miro, Xperia Go, Xperia J, Xperia Z dll.

Niat beli merupakan sikap dari seorang konsumen yang akan membeli suatu produk jika kriteria produk sesuai dengan kebutuhan konsumen maka Niat Beli akan timbul terhadap produk yang di inginkan. Niat Beli tidak hanya muncul begitu saja melainkan ada hal-hal yang membuat niat konsumen tersebut ada. Salah satunya dari produk yang ingin di beli konsumen, yaitu produk yang memiliki Citra Merek yang baik. Menurut Tatik Suryani (2013:86) Citra merek adalah segala hal yang ada di benak ingatan konsumen. Citra merek *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya untuk saat ini terbilang sudah mengalami penurunan karena banyaknya produk *Smartphone* yang beredar di Indonesia khususnya di Surabaya. Dengan adanya hal tersebut dapat mempengaruhi Citra Merek *Smartphone* Sony Xperia yang semula bahwa produk dari Sony sudah dikenal masyarakat sekarang menjadi tergusur dengan adanya *Smartphone* dari merek lain. Dengan rendahnya Citra Merek tersebut maka akan mempengaruhi Niat Beli terhadap *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

Disamping itu untuk mendukung promosi dari penjualan *Handphone* maka ada hal mendasar yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang

bersangkutan yang biasanya termasuk dalam bauran promosi yang salah satunya adalah Iklan. Iklan sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan produknya dipasar. Menurut Tatik Suryani (2013:141) Iklan merupakan bentuk presentasi nonpersonal dari promosi produk melalui sponsor yang jelas. Iklan dari *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga pengetahuan masyarakat terhadap produk *Smartphone* Sony Xperia diprediksi kurang, selain itu Iklan yang ditayangkan oleh perusahaan hanya dilakukan di beberapa tempat saja seperti pada tempat-tempat yang menjual alat elektronik khususnya *Handphone*. Hal tersebut dapat mempengaruhi Niat Beli calon konsumen terhadap *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya karena pengetahuan tentang manfaat, fitur-fitur dari *Smartphone* Sony Xperia tidak terlalu diketahui masyarakat.

Hal internal yang berupa Kualitas Produk harus diperhatikan oleh perusahaan agar produk tersebut dapat bersaing dipasar dengan produk lainnya. Karena Kualitas Produk merupakan salah satu hal yang penting untuk melakukan persaingan dari waktu ke waktu. Kualitas Produk harus diperlihatkan oleh perusahaan agar konsumen memiliki kepercayaan tentang Kualitas Produk yang bagus terhadap produk yang akan di pasarkan. Kualitas Produk *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya diprediksi kurang baik karena terdapat beberapa keluhan konsumen yang nantinya hal negatif tersebut dapat menyebar ke calon konsumen *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya dan hal itu jika tidak direspon oleh perusahaan akan mengakibatkan kurangnya Niat Beli terhadap *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya, karena dalam hal *Smartphone* kualitas produk merupakan hal

penting yang sering dipertimbangkan oleh calon konsumen. Penyampaian Kualitas Produk kepada masyarakat dapat dilakukan lewat Iklan. Berikut ini adalah data dari Top Brand Indeks tentang jumlah pengguna *Smartphone* ditahun 2014.

**Tabel 1.1**  
**JUMLAH PENGGUNA *SMARTPHONE***  
**DI INDONESIA TAHUN 2014**

MEREK	Top Brand Indeks Indonesia	TOP
Blacberry	43,6%	TOP
Samsung	21,7%	TOP
Iphone	14,3%	TOP
Nokia	6,4%	
Sony Xperia	3,0%	

Sumber data: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Jika dilihat dari tabel diatas, pengguna *Smartphone* Sony Xperia memiliki jumlah yang paling kecil sebesar 3,0% dan jumlah tersebut paling kecil jika dibandingkan dengan *Smartphone* yang lain. Adapun beberapa masalah yang muncul dikalangan pemakai *Smartphone* Sony Xperia masalah tersebut adalah keluhan konsumen terhadap produk *Smartphone* Sony Xperia tentang *touchscreen* yang eror dan layar mati meskipun aplikasi sedang berjalan (m.kaskus.co.id diunduh 28 Maret 2015 pukul 21:24). Selain itu adanya masalah tentang bercak merah di hasil potret pada *Smartphone* Sony Xperia (www.rancahpost.co.id diunduh 28 Maret 2015 pukul 20:30). Dengan timbulnya masalah tersebut perusahaan harus cepat menanganinya, karena di takutkan konsumen akan berpindah ke produk lain, apalagi sekarang sudah banyak *Smartphone* yang ada dipasar Indonesia.

Dengan adanya masalah jumlah pengguna *Smartphone* Sony Xperia yang memiliki jumlah paling kecil maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a) Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya?
- b) Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya?
- c) Apakah Iklan berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya?
- d) Apakah Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Menguji signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

- b) Menguji signifikansi pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.
- c) Menguji signifikansi pengaruh Iklan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.
- d) Menguji signifikansi pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan secara bersama-sama terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

#### 1.4 **Manfaat Penelitian**

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

a) Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mendasari Niat Beli, sehingga perusahaan tersebut dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi pemasaran yang tepat pada masa yang akan datang.

b) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori yang telah didapat dari perkuliahan dan untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran serta menambah wawasan mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

c) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan acuan dan gambaran serta informasi bagi pembaca lain agar menjadi tambahan wawasan dan juga

sebagai dasar untuk mengadakan penelitian lebih lanjut serta hasil ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

d) Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan kelak jika ada peneliti membahas pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli *Smartphone* Sony Xperia di Surabaya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

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 membahas 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 pembahasan.

#### 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.