

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan telekomunikasi virtual saat ini, perubahan yang besar terjadi dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah perubahan dibidang bisnis dan ekonomi. Perubahan-perubahan yang terjadi di dunia bisnis tersebut ternyata memicu peningkatan intensitas persaingan agar produk dan antar perusahaan, baik di pasar lokal maupun global. Meningkatnya intensitas persaingan yang ketat tersebut menjadikan bisnis sebagai ajang pertempuran untuk memperebutkan posisi yang paling tinggi diantara yang lain.

Perkembangan telekomunikasi seluler (*handphone*) juga diikuti oleh adanya volume penjualan yang mengalami kenaikan. Para pengguna *handphone* dulu hanya terbatas pada kalangan bisnis, namun sekarang ini sudah mulai merambah berbagai kalangan masyarakat mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai negeri bahkan masyarakat biasa sudah banyak yang menggunakannya. Karena komunikasi pada saat sekarang ini sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan *handphone* merupakan salah satu alat untuk telekomunikasi yang dapat memenuhi kebutuhan akan pentingnya komunikasi.

Seiring perkembangannya teknologi yang terdapat pada *handphone*, maka berkembang pula sistem operasi yang tertanam di dalam produk

tersebut. Secara umum sistem operasi adalah perangkat lunak utama yang bertugas melakukan pengendalian terhadap perangkat keras ataupun perangkat lunak lainnya, sehingga perangkat lunak lain tersebut dapat bekerja. Suatu sistem operasi yang terdapat pada *handphone* akan bertanggung jawab dalam mengoperasikan sebagai fungsi dan fitur yang tersedia dalam *handphone* tersebut, seperti mengirim pesan, memutar musik, kamera dan lain sebagainya. Oleh karena itu sistem operasi yang terdapat dalam *handphone* dibutuhkan agar dapat menstabilkan kinerja dari perangkat-perangkat lunak yang tersedia. Sistem operasi yang terdapat didalam *handphone* ada beragam macam yang diantaranya adalah sebagai berikut; Symbian OS (*operating System*), windows 8, iOS (*Operating System*), Blackberry OS (*Operating System*) dan salah satunya adalah Android OS (*Operating system*).

Android merupakan sistem operasi yang dimiliki oleh Google Inc yang sebelumnya dibeli dari Android Inc yang merupakan perusahaan kecil pada tahun 2005. Ada beberapa perusahaan yang menggunakan sistem operasi android diantaranya adalah Motorola, Samsung, Sony Ericsson (yang saat ini diakuisisi oleh Sony), Toshiba, Vodafone, HTC dan LG. HTC merupakan handphone bersistem operasi android pertama (www.beritateknologi.com).

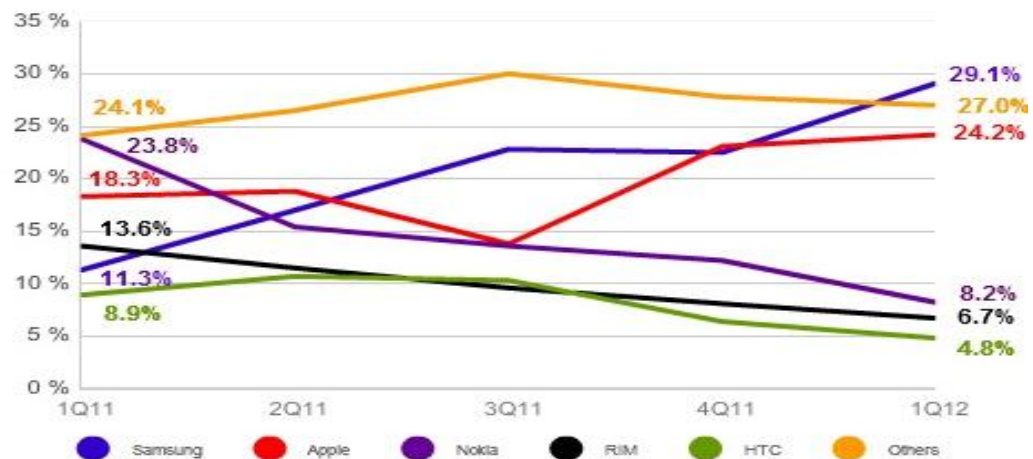
Pesatnya perkembangan sistem operasi android membuat para vendor ponsel juga mengeluarkan beragam *handphone* android buatannya mulai dari HTC, Motorola, Nexian, Sonny Ericsson, LG, Samsung dan

sebagainya. Pertumbuhan para pengguna *handphone* android di Indonesia semakin meningkat. Hal ini pula yang menyebabkan munculnya beragam produsen *handphone* android dari beragam merek yang saling bersaing di pangsa pasar android di Indonesia. Samsung sebagai produsen *handphone* android yang terkenal ikut meramaikan pangsa pasar android Indonesia. Sejak tahun 2010 lalu, *handphone* android Samsung telah memasuki pasar Indonesia. Perkembangan *handphone* android yang dikeluarkan oleh Samsung tergolong cukup sukses (www.beritateknologi.com).

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. Di dunia ini terdapat dua jenis distributor sistem operasi android. Pertama yang mendapat dukungan penuh dari Google atau *Google Mail Services* (GMS) dan kedua adalah yang benar-benar bebas distribusinya tanpa dukungan langsung Google atau dikenal sebagai *Open Handset Distribution* (OHD). Perkembangan telepon seluler dengan teknologi informasi yang digunakan serta desain dan model telepon seluler, ditandai dengan peningkatan penjualan setiap tahunnya (www.aingindra.com).

Samsung mempunyai kualitas produk baik dan harga yang terjangkau sehingga memberikan *brand image* yang baik kepada konsumennya dan

diharapkan dengan adanya kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau bagi konsumen maka, konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap *handphone* merek Samsung berbasis android. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan citra merek yang melekat kuat dibenak konsumen menentukan pilihan akan sebuah merek, serta pada akhirnya diharapkan bahwa konsumen loyal terhadap produk tersebut.



GAMBAR 1.1.
Chart Smartphone Vendors, Q1 2012, Market Shasre Changes (units)

Berdasarkan grafik diatas, maka dapat dikatakan bahwa sistem penjualan *handphone* Samsung pada tahun 2011 sampai saat ini semakin mengalami peningkatan. Persentase peningkatan paling besar terjadi pada kuartal keempat tahun 2012 yang hampir mencapai 29,1%. Persentase tersebut semakin membuktikan bahwa sistem operasi android sedang diminati oleh kalangan penggemar teknologi *handphone* dan akan terus mengalami peningkatan beberapa tahun ke depan (www.teknajurnal.com).

TABEL 1.1.
Presentation Smartphone Vendors,Shipments, and Market Shasre, Q1 2012
(Unit in Millions)

<i>Vendor</i>	<i>1Q12 Unit Shipment</i>	<i>1Q12 Market Share</i>	<i>1Q11 Unit Shipment</i>	<i>1Q11 Market Share</i>	<i>Year-over- Year Change</i>
Samsung	42.2	29.1%	11.5	11.3%	267.0%
Apple	35.1	24.2%	18.3	18.3%	88.7%
Nokia	11.9	8.2%	24.2	23.8%	-50.8%
Resarch In Motion	9.7	6.7%	13.8	13.6%	-29.7%
HTC	6.9	4.8%	9.0	8.9%	-223.3%
Other	39.1	27.0%	24.5	24.1%	59.6%
Total	144.9	100.0%	101.7	100.0%	42.5%

Hasil dari lembaga riset IDC baru saja mengumumkan penjualan *smartphone* dan penggunaan sistem operasi pada perangkat *mobile* untuk kuartal I-2012. Hasilnya, Samsung yang mendominasi. Samsung mencatat kenaikan pangsa pasar paling tinggi pada periode kuartal 1-2011 mencatat angka 11,3% kini naik menjadi 29,1%. Sedangkan Apple naik dari 18,3% menjadi 24,2%. Sementara pangsa pasar ponsel yang turun adalah HTC dari 8,9% menjadi 4,8%.

Secara keseluruhan, jumlah penjualan ponsel hingga kuartal 1-2012 mencapai 144,9 milyar unit diseluruh dunia. Disisi vendor, Samsung muncul sebagai pemain dominan dipasar android. Analisis senior IDC Ramon Liamas

menjelaskan popularitas kedua *platform* (Samsung dan Apple) ini disebabkan karena berbagai faktor. Terutama disebabkan karena kedua *platform* ini memberikan pengalaman menggunakan *smartphone* berbeda dari *platform* lainnya (www.teknojurnal.com).

Oleh karena itu produk Samsung telah menciptakan produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasi ataupun penciptaannya perusahaan harus dapat menciptakan strategi bisnis yang tepat. Salah satunya adalah menciptakan produk yang berkualitas. Menurut Mowen (2004) “kualitas produk adalah sebagai evaluasi menyeluruh pelayanan atas kebaikan kinerja barang atau jasa”. Konsumen tentunya akan memilih produk yang berkualitas baik untuk dibeli, sehingga hal ini menuntut Samsung agar menciptakan *handphone* bersistem operasi android yang memiliki kualitas yang baik serta melakukan inovasi terhadap produk yang lama agar memiliki kualitas yang lebih baik lagi.

Jika suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaannya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan Samsung yang memiliki citra merek, maka konsumen akan semakin yakin dengan pilihannya sehingga terjadi keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas merek. Hal inilah yang ingin diciptakan oleh perusahaan Samsung sehingga kesetiaan merek akan lebih mudah untuk dibentuk dan

perusahaan akan memiliki “*frencaiz*” konsumen yaitu nama merek yang memiliki kesetiaan konsumen yang kuat.

Perilaku konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan. Hair (Endang Tjahjaningsih dan Maurine Yuliani 2009) menjelaskan bahwa perilaku konsumen sebagai proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan dan mengatur barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Didalam proses pengambilan keputusan melakukan pembelian produk, konsumen melalui tahap: pengendalian keputusan, pencarian informasi, evaluasi, alternative, keputusan pembelian, dan perilaku purna jual.

Strategi selanjutnya adalah menciptakan citra merek. Keller (dalam Setyawan 2011 seperti dikutip Mochamad Edris 2009) mendefinisikan “Citra merek sebagai persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tertentu”. Samsung juga harus terus menanamkan citra merek yang baik pada konsumen, hal ini bertujuan agar tingkat penjualan yang diperoleh Samsung saat ini dapat ditingkatkan lagi. Ketika merek Samsung telah diketahui baik oleh masyarakat, tentunya akan mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk barunya ke pasar. Dengan demikian hal ini akan menjadikan kekuatan bagi Samsung untuk memperbesar pangsa pasar ataupun meningkatkan jumlah penjualan

mereka. Menciptakan produk yang berkualitas dan citra merek yang baik merupakan strategi pemasar dalam menghadapi persaingan di segala bidang usaha.

Jika konsumen Samsung yang merasa puas setelah melakukan pembelian akan berdampak baik pada perusahaan, perusahaan ataupun merek tersebut akan tertanam di otak konsumen sebagai produk yang bagus, sehingga memungkinkan konsumen Samsung untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau merek yang sama. Oleh karena itu kesetiaan pelanggan terhadap merek sangat perlu ditahankan dan ditingkatkan karena dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada akan lebih mudah dan lebih menghemat biaya dibanding mencari pelanggan yang baru. Selain itu keberadaan konsumen yang loyal terhadap merek sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Jika loyalitas pelanggan terhadap suatu merek meninggalkt, maka kerentanan kelompok pelanggan dari serangan pesaing dapat dikurangi. Dengan demikian loyalitas merek dapat diartikan sebagai penjualan dimasa depan.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* Samsung berbasis android?

2. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* Samsung berbasis android?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android?
4. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android?
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas merek *handphone* Samsung berbasis android?
7. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas merek *handphone* Samsung berbasis android?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *handphone* Samsung berbasis android.

2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian pada *handphone* Samsung berbasis android.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara keputusan pembelian terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung berbasis android.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas merek *handphone* Samsung berbasis android?
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas merek *handphone* Samsung berbasis android?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan atau rekomendasi pada pengembangan ilmu di bidang ilmu Manajemen

Pemasaran. Terutama organisasi/bisnis yang didalamnya perlu melakukan pengambilan keputusan sehubungan dengan meningkatkan loyalitas merek khususnya pada perusahaan *handphone* Samsung.

2. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengaruh kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas merek pada pengguna produk *handhpone* android Samsung.