

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang Masalah**

Alat komunikasi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali jenis alat komunikasi, misalnya telepon rumah, smartphome atau bisa melalui internet (chatting, e-mail, dan lain-lain). smartphome bukan merupakan barang yang mewah bagi masyarakat pada saat ini, karena hampir semua masyarakat memiliki smartphome. Masyarakat lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan smartphome dari pada alat komunikasi lainnya, karena mudah dibawa dan dapat digunakan kapanpun ketika pengguna membutuhkannya.

Bahkan dengan majunya ilmu teknologi pada saat ini smartphome tidak hanya dapat digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat, namun dapat digunakan untuk chatting, membuka e-mail, ataupun komunikasi lainnya melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan memiliki aplikasi yang lengkap maka smartphome merupakan salah satu pilihan yang tepat. Pada saat ini permintaan masyarakat terhadap smartphome semakin meningkat, hal ini merupakan peluang bagi produsen smartphome untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan handphome yang dihasilkannya. Salah satu produsen smartphome yang disegani saat ini adalah Samsung.

Suatu bisnis pasti banyak produk lain yang memiliki jenis produk yang sejenis dengan ponsel Samsung di antaranya Apple, Lenovo, Huawei, LG, dan

lain-lin sebagai perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis. Oleh karena itu rangsangan dari perusahaan sangat diperlukan karena merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian smartphone. Sebagai perusahaan yang memiliki pesaing bisnis yang besar, setiap perusahaan harus merancang strategi yang tepat guna memenangkan keputusan pembelian tersebut. Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk sangat penting karena dengan melakukan pembelian, maka evaluasi paska pembelian terjadi.

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjual produk yang diinginkannya. Ketika pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan, seorang konsumen cenderung menjadi seorang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli sebuah produk. Tentunya selain aspek harga, kualitas produk dan ketersediaan barang,

Hal lain yang di cari konsumen adalah kualitas pelayanan toko. Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menujung prosesnya. Msalnya survey atau observasi kepada pelanggan, termasuk di dalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan. Kualitas

pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berikut salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada konsumen, selain menawarkan produk yang berkualitas. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan – keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Strategi promosi merupakan gabungan antara periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas menjadi suatu program terpadu untuk berkomunikasi dengan pembeli dan orang lain yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Walaupun produk yang ditawarkan berkualitas, bila konsumen belum pernah mendengarnya, maka produk tersebut belum tentu menjadi salah satu pilihan yang akan dibeli oleh konsumen.

Harga juga merupakan salah satu faktor keputusan pembelian smartphone Samsung. Dimana harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Oleh karena itu, penetapan suatu harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar permintaan dan penjualan produk meningkat. Selain kualitas produk dan harga, keputusan pembelian smartphone Samsung tidak lepas dari pengaruh produk tersebut, ini sangat akan membantu proses penjualan ataupun

keputusan pembelian pada produk smartphone Samsung itu sendiri. Seperti yang kita ketahui untuk saat ini brand ambassador Samsung adalah BTS, Mereka adalah artis korea yang sangat populer hingga ke mancanegara, para fans mereka menyebar hingga seluruh penjuru dunia, dan ini mengakibatkan BTS kebanjiran tawaran untuk menjadi brand ambassador suatu produk. Dan Samsung telah bekerja sama dengan BTS untuk mempromosikan produk Samsung tersebut. Dan ini akan sangat berdampak signifikan terhadap penjualan produk Samsung tersebut, dengan peluncuran merek baru Samsung yaitu Samsung Galaxy S20 BTS Edition dengan harga Rp 18.000.000 ludes terjual dalam waktu 57 menit

Samsung terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk smartphone yang berkualitas dan canggih yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat moderen saat ini. Tingginya pemasaran, Samsung terus menciptakan produk – produk baru dengan spesifikasi dan fitur-fitur lebih lengkap lagi. Samsung yang kini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia baik dari kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah sampai ekonomi atas. Samsung merupakan produk yang harga suatu produknya tergantung pada spesifikasi, keunggulan dan kualitas dari produk itu sendiri. Meskipun demikian Samsung dapat menembus pasar dengan penjualan dari tahun ketahun terus menerus mengalami peningkatan yang relevan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir

## **B. Batasan Dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas dan juga ketidakjelasan, maka penelitian ini hanya dibatasi pada ruang lingkup kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir ?
- b. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir ?
- c. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir ?
- d. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Handpone Samsung Pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir ?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kita. Penelitian memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Bagi Akademis**

Melalui penelitian ini, dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan dibidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran dan dapat dijadikan sumber informasi dalam meningkatkan pengetahuan dalam analisa tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan juga sebagai referensi dalam pembuatan skripsi dan karya ilmiah dimasa mendatang.

## 2. Bagi Masyarakat Luas

Melalui penelitian ini, dapat digunakan sebagai sumber informasi dan menambah ilmu di bidang ekonomi khususnya mengenai kualitas produk dan harga serta keputusan pembelian konsumen