

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi memang selalu menarik untuk diamati, hal ini ditandai dengan perkembangan internet dan teknologi informasi seperti Hp yang semakin canggih sehingga setiap orang tertarik untuk memilikinya. Teknologi Hp merupakan salah satu bentuk produk inovasi dari perkembangan teknologi yang terus menarik perhatian konsumen untuk membeli.

Mahasiswa hakikatnya yang memiliki Hp pintar sudah tidak asing lagi dijumpai. Terlihat dari semakin maraknya mahasiswa yang memanfaatkan Hp Android di sudut-sudut kampus. Misalnya di perpustakaan, ruang kelas, kantin hingga di teras kelas. Hp pintar saat ini menjadikan gaya hidup manusia semakin fleksibel, segala sesuatu keinginan gaya hidup manusia dalam hal berteknologi menjadi lebih simpel dan serba praktis didukung dari segi desain dan fitur Hp. Masyarakat yang hidup di era digital seperti saat ini memang memerlukan bantuan perangkat teknologi yang praktis untuk membantu mempermudah dalam menjalani setiap aktivitas berteknologi komunikasi.

Teknologi dengan kemajuan jaman banyak perusahaan yang berlomba-lomba memproduksi handphone yang fiturnya cukup lengkap dan menarik dengan harga yang sangat bersaing, dari harga yang murah hingga harga yang relatif mahal. Dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba

supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk handphone atau smartphone jenis tertentu.

Konsumen menyatakan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi dan inovatif. Berdasarkan apa yang dikatakan didalam jurnal, fitur dalam suatu produk memiliki peran penting dalam menarik perhatian para kosumen dalam menentukan pilihan mereka.

Perusahaan melakukan pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara identifikasi konsumen dan proses keputusan pembelian oleh konsumen. Banyak merek Hp pintar yang beredar di pasar akan membuat kepercayaan konsumen berbeda-beda, yang nantinya menentukan sikap konsumen terhadap produk tersebut. Kepercayaan dihubungkan dengan sikap penting karena dua alasan. pertama, hal ini dapat mempengaruhi kekuatan hubungan diantara sikap dan perilaku. Sikap yang dipegang dengan penuh kepercayaan biasanya akan jauh lebih diandalkan untuk membimbing perilaku. Bila kepercayaan rendah, konsumen mungkin tidak merasa nyaman dengan bertindak berdasarkan sikap mereka yang sudah ada. Sebagai gantinya, mereka mungkin mencari informasi tambahan sebelum mengikatkan diri mereka

Merk Hp pintar yang sudah tersebar di pasar Indonesia adalah APPLE, SAMSUNG, XIAOMI, LENOVO, ASUS, dan merk lainnya. Dengan desain dan diimbangi dengan fitur-fitur yang disesuaikan dengan

perkembangan kebutuhan konsumen merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Internet yang membuat manusia menjadi lebih mudah terkoneksi dengan hal apapun di dunia ini, media sosial yang membuat manusia menjadi terasa lebih dekat dengan yang lainnya ketika mereka tidak sedang bersama.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Kepercayaan dapat mempengaruhi kerentanan sikap terhadap perubahan. Sikap menjadi lebih resisten terhadap perubahan bila dipegang dengan kepercayaan yang lebih besar. Satu lagi sifat penting dari sikap adalah bahwa sikap bersifat dinamis ketimbang statis. Maksudnya, banyak sikap akan berubah bersama waktu. Sifat dinamis dari sikap sebagian besar bertanggungjawab atas perubahan di dalam gaya hidup konsumen.

Konsumen dalam menilai citra merek dapat diukur dengan kesan positif pada bidangnya, reputasi tinggi, dan keunggulan mudah dikenali. Pengertian citra merek menurut Aaker (2013:238) adalah suatu persepsi rasional dan emosional konsumen atau pelanggan terhadap suatu merek tertentu. Citra merek itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah

produk dibenak konsumen secara masal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk yang baik akan mendapatkan tempat bagi para pelanggannya. Suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaingnya. Sebagian besar konsumen mencari produk yang berkualitas karena akan lebih memiliki garansi.

Produk HP yang menarik perhatian peneliti adalah smartphone Samsung. Alasan untuk meneliti smartphone Samsung adalah smartphone ini sangat menarik perhatian karena saat ini smartphone Samsung banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Dilihat dari perkembangannya, smartphone Samsung dari tahun ke tahun telah menciptakan produk handphone dengan berbagai fitur diikuti dengan segala kecanggihannya yang selalu mengikuti trend yang ada pada saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Candra Hakim Arif Prasetya Srikandi Kumadji Edy Yulianto (2014) Dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik)”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian. Tamara Citra, Suryono Budi Santoso (2016) Dengan judul “Analisis

Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetak Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian. Andy Putra Mahkota, Imam Suyadi Riyadi (2014) Dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online “(Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc)”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh nyata secara sendiri-sendiri antara variable kepercayaan terhadap keputusan pembelian online. Persamaan dalam penelitian ini menggunakan obyek penelitian yang sama yaitu Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

Mahasiswa memang menjadi pasar yang menguntungkan bagi perkembangan Hp pintar. Mahasiswa membutuhkan Hp untuk mendukung tugas-tugas kampus. Mahasiswa yang belum memiliki Hp akan mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas kampus di tengah mobilitas yang tinggi. Mahasiswa akan bergantung pada komputer. Sedangkan penggunaan komputer saat ini dirasa kurang praktis. Selain itu, apabila mahasiswa tidak memiliki komputer, akan mengalami kerepotan karena akan bergantung pada komputer di tempat rental. Mengingat banyaknya tugas mahasiswa dan tingginya mobilitas, Hp akan sangat membantu kelancaran belajar mahasiswa.

Produk Hp pintar Samsung dari tahun ke tahun telah menciptakan produk Hp dengan berbagai fitur diikuti dengan segala kecanggihannya yang selalu mengikuti trend yang ada pada saat ini. Alasan peneliti memilih Hp pintar Samsung untuk diteliti karena Hp pintar Samsung ini sangat menarik perhatian dan sebagian banyak digunakan oleh mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Android Samsung. ( Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hp Samsung pada mahasiswa?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Hp Samsung pada mahasiswa?
3. Apakah Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Hp Samsung pada mahasiswa?
4. Apakah Citra merek, Kualitas produk dan Kepercayaan konsumen secara serempak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Hp Samsung pada mahasiswa?

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Hp samsung.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Hp samsung.
3. Mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Hp samsung.
4. Mengetahui pengaruh Citra merek, Kualitas produk dan Kepercayaan konsumen secara serempak terhadap Keputusan Pembelian Produk Hp Samsung.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi peneliti, dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.
  - b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang tepat, sehingga dapat mempengaruhi

pembentukan citra merek, kualitas dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat teoritis

a. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan citra merek, kualitas dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. dan diberi literatur-literatur lain, serta membandingkan dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya.

b. Kegunaan teoritis, diharapkan penelitian ini, dapat memperkaya studi tentang manajemen, khususnya yang terkait dengan citra merek, kualitas dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

3. Manfaat Empiris

a. Sebagai bahan literatur dan bacaan untuk memberikan informasi dan wawasan tambahan bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua pihak yang membutuhkan dalam rangka menambah ilmu manajemen khususnya dalam hal citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.