

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Samsung

Samsung merupakan perusahaan elektronik yang berasal dari Korea Selatan. Dan perusahaan ini telah beroperasi di berbagai negara dan memiliki lebih dari 250.000 pekerja. Karena ponsel cerdasnya (smartphone) terkenal dengan merek yang cukup besar di dunia sehingga Samsung sangat berkompeten untuk bersaing dengan perusahaan elektronik lainnya di dunia.



Gambar 1.1 Logo Samsung

Sumber: <https://www.samsung.com/id> (diakses Desember 2022)

Tak hanya memproduksi smartphone, perusahaan ini pun beroperasi di sektor lainnya seperti mesin cuci, oven, kulkas, LCD, kendaraan bermotor, AC. Perusahaan ini sangat berperan penting bagi negara Korea Selatan sebagai pemasukan utama negara. Di Indonesia, terdapat 2 lokasi yaitu di Jakarta sebagai Sales Marketing dan Research Development Center, sedangkan di Cikarang Bekasi sebagai pusat produksi smartphone tersebut. Untuk target pemasarannya produksi wilayah Asia yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Philipina, Vietnam, Brunei.

1.1.2 Profil Apple.Inc



Gambar 1.2 Logo Apple Inc

Sumber: www.apple.co.id (diakses Desember 2022)

Apple merupakan perusahaan elektronik yang berasal dari California, Amerika Serikat. Dan perusahaan ini telah beroperasi di berbagai negara dan memiliki lebih dari 100.000 pekerja. Karena ponsel cerdasnya (smartphone) terkenal dengan merek

yang cukup besar di dunia sehingga Apple sangat berkompeten untuk bersaing dengan perusahaan elektronik lainnya di dunia

Tak hanya memproduksi smartphone (Iphone), perusahaan ini pun beroperasi di sektor lainnya seperti tablet (Ipad), Komputer Pribadi (Mac), Pemutar Musik (Ipod), jam pintar (Iwatch), dan masih banyak lagi. Perusahaan ini sangat berperan penting bagi negara Amerika sebagai pemasukan utama negara dan memiliki karakter dan ciri khas yang unik dibanding smartphone lainnya. Dan perusahaan ini sangat eksklusif terhadap produk-produknya. Untuk produksi hanya berada di Amerika. Sehingga untuk membelinya konsumen harus merogoh kocek.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dengan berkembangnya teknologi mampu mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia. Hadirnya teknologi mampu membuat segalanya yang mustahil menjadi terwujud. Tak heran jika manusia bekerja keras untuk menciptakan inovasi tiap tahunnya agar dapat membantu manusia dalam berbagai aktifitasnya. Oleh karena itu, begitu pentingnya teknologi smartphone ini untuk manusia guna untuk membantu menyelesaikan berbagai masalah dan kebutuhan hidup dalam waktu yang cepat dan singkat.

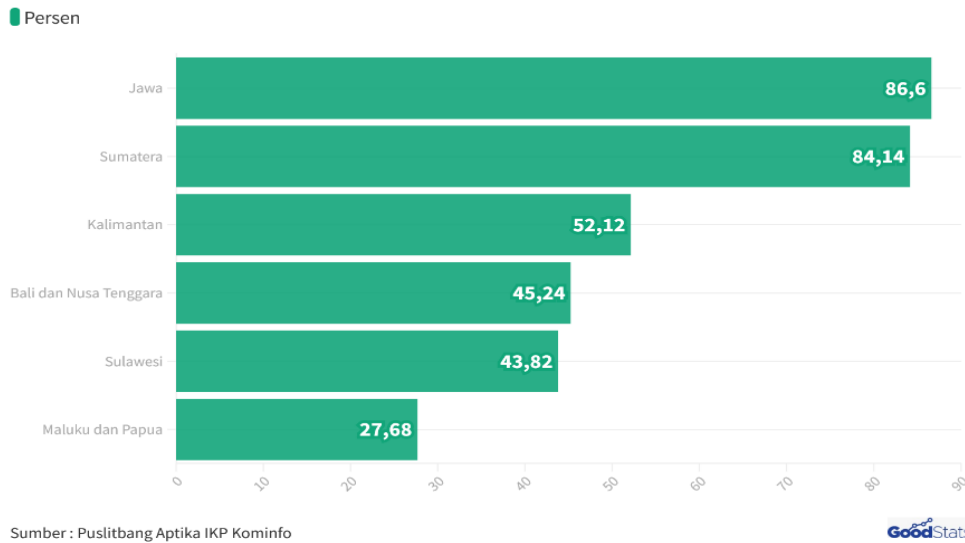
Di urutan pertama, Samsung berada di posisi teratas pasar *smartphone* di Indonesia. Per Desember 2022, Samsung memiliki *market share* sebesar 28% cenderung naik dari Desember 2021 di mana Samsung memiliki *market share* sebesar 27%. Beberapa tipe *smartphone* Samsung yang tergolong *best seller* adalah Samsung Galaxy S10, Samsung Galaxy S20, Samsung Galaxy Flip, Samsung Galaxy Fold dan lain sebagainya. Sedangkan Apple hanya mencatatkan angka 27% pada bulan Desember 2022 cenderung turun dari Desember 2021 yaitu *market share* sebesar 29%.

1.2.1 Fenomena

1.2.1.1 Demand Smartphone di Indonesia

Berdasarkan hasil survei *Indonesiabaik.id* menjelaskan bahwa hampir 2/3 dari total masyarakat Indonesia menggunakan smartphone. Hasil laporan yang bersumber dari Goodstats.id menampilkan beberapa pembagian penggunaan *smartphone* dari segi wilayah dan usia sebagai berikut

Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Pulau



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Wilayah

Sumber : <https://goodstats.id/> (diakses 6 Januari 2023)

Berdasarkan data survey menunjukkan bahwa pengguna smartphone terbesar berada di Pulau Jawa sebesar 86,60 persen. Disusul oleh Sumatra penggunaan *smartphone* sebesar 84,14 persen. Lalu, Pulau Kalimantan sebesar 43,82 persen. Dari segi perbandingan wilayah, masyarakat urban lebih dominan memiliki *smartphone* dibandingkan dengan masyarakat pedesaan. Masyarakat urban menggunakan *smartphone* sebesar 83,04 persen. Meskipun begitu, penetrasi penggunaan *smartphone* di pedesaan sudah mencapai lebih dari 50,39 persen.

Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Usia



Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Usia

Sumber : <https://goodstats.id/> (diakses 6 Januari 2023)

Penggunaan *smartphone* paling banyak dari segi kelompok usia berada pada rentang usia 20-29 tahun sebesar 75,95 persen. Lalu, kelompok rentang usia 30-49 tahun sebesar 68,34 persen. Hingga penggunaan *smartphone* paling sedikit berada di rentang usia 50-79 tahun sebesar 50,79 persen. Persentase penggunaan *smartphone* di Indonesia dari segi kelompok usia telah mencapai lebih dari 50 persen dari total masyarakat. Menggambarkan bahwa penggunaan *smartphone* sudah merambat pada usia lanjut.

1.2.2 Fitur *Smartphone*

Dengan beragamnya fitur yang dimiliki oleh masing-masing *smartphone*, konsumen disuguhkan mulai dari layar yang lebih luas, baterai tahan lama, membuka kunci *smratphone* dengan wajah, aplikasi cek kesehatan dan masih banyak lagi. Alasan produsen memberikan fitur tersebut adalah untuk menarik minat konsumen terhadap *smartphone* yang diciptakan sehingga memiliki ciri khas atau keunggulan tersendiri dibanding produsen lain. Hal itu perlu diperhatikan seperti atribut produk dan kualitas produk *smartphone* supaya konsumen dapat mempertimbangkan produk mana yang cocok digunakan dalam kesehariannya.



Gambar 1.5 Fitur Samsung Galaxy S10

Sumber: www.gsmarena.com (diakses pada 23 Desember 2022).

Berdasarkan gambar 1.4 menjelaskan bahwa Samsung Galaxy S10 merupakan produk yang diberikan fitur-fitur yang baik seperti Layar Super AMOLED dengan Corning Gorilla Glass 5 yang lebih tebal dan membuat bentuknya semakin kokoh. Kamera dengan cahaya rendah yang dapat menghasilkan objek foto yang baik pada

saat malam hari, Fitur AR Emoji Galaxy S10 yang baru memungkinkan pengguna membuat emoji realistis atau mirip kartun dengan menggunakan teknologi pengenalan wajah, Samsung mengeluarkan fitur ini untuk menyaingi Apple yang pada saat itu memiliki fitur Animoji pada Apple iPhone XR.



Gambar 1.6 Fitur iPhone XR

Sumber: <https://kompas.com> (diakses 23 Mei 2022)

Berdasarkan gambar 1.6 menjelaskan bahwa iPhone XR memiliki kelebihan yang berbeda dari produk keluaran Apple pada sebelumnya perbedaan yang sangat berubah yaitu hilangnya home button yang sudah menjadi ciri khas produk iPhone tersebut. material yang berubah pada bagian belakang yang sebelumnya terbuat dari bahan aluminium saat ini diganti dengan material kaca, sehingga iPhone XR dapat melakukan *wireless charging* yang memudahkan konsumen tidak perlu menggunakan kabel lagi pada saat pengisian ulang baterai, Apple menjual terpisah *wireless charging* tersebut. Fitur animoji yang sangat baru muncul di produk iPhone ini dan hanya ada di seri Apple iPhone XR. iPhone XR tidak lagi menggunakan sensor *fingerprint* untuk fitur keamanannya. Kini Apple menggantinya dengan teknologi *Face ID*. Fitur *Face ID* bekerja dengan kamera depan yang memungkinkan pengguna dapat membuka layar iPhone XR yang terkunci, teknologi ini menggunakan indentifikasi wajah

1.2.3 Keluhan Konsumen

Berikut adalah keluhan konsumen tentang produk Apple iPhone XR diantaranya :

#1. Baterai Boros iPhone XR Cepat Panas & Habis

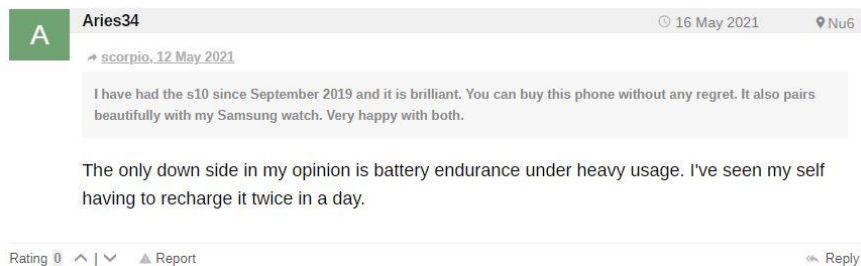
Jarang sekali baterai iDevice itu boros. Perangkat Apple terkenal dengan efisiensi daya tahan batre walau kapasitas baterai iPhone XR 2710 mAh tapi secara normal mampu bertahan hingga 5 jam *Screen-On-Time* (SOT).

Namun sejumlah pengguna merasakan hal aneh pasca pembaruan iOS 12 versi update / terbaru. Mulai dari sensitivitas layar kurang responsif hingga baterai makin boros dan panas walau hanya buka aplikasi ringan media sosial.

Ini adalah suatu kekurangan iPhone XR ketika kapasitas baterai kurang dari tiga ribu mili-ampere, saat mengalami masalah yang timbul akibat bug sistem maka Anda hanya bisa menunggu Apple memberikan upgrade firmware terbaru.

Gambar 1.7 Review Keluhan Pengguna Iphone XR

Sumber: <https://makemac.grid.id> (diakses 21 Desember 2022)



Gambar 1.8 Review Keluhan Pngguna Samsung Galaxy S10

Sumber: <https://www.gsmarena.com/> (diakses Desember 2022)

Berdasarkan beberapa keluhan konsumen di atas, suatu produk tidak luput dari yang namanya kekurangan. Misalkan pada pengguna Iphone XR yaitu efisiensi baterai yang masih rendah dibawah tiga ribu mili-ampere. Sehingga menyebabkan baterai boros dan cepat panas. Sedangkan untuk Samsung Galaxy S10 sama halnya dengan Iphone XR yaitu efisiensi baterai yang masih terbilang rendah walaupun daya baterai sudah melebihi tiga ribu mili-ampere. Hal ini menyebabkan konsumen harus mengisi ulang daya baterai berkali-kali dalam sehari. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa dibalik adanya kekurangan dan perbedaan dalam fitur tersebut dari series sebelumnya, terdapat banyak keunggulan yang dimiliki oleh produk smartphone

iPhone XR dan Samsung S10 ini.

Sehingga Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada merek Apple iPhone XR dan Samsung Galaxy S10 karena kedua perusahaan besar ini memiliki peminat yang sangat tinggi dalam menciptakan produk *smartphone* yang berkualitas.



Gambar 1.9 Produk iPhone XR

Sumber : <https://www.gsmarena.com> (diakses pada 23 Desember 2022)

Galaxy S10



Gambar 1.10 Produk Samsung Galaxy S10

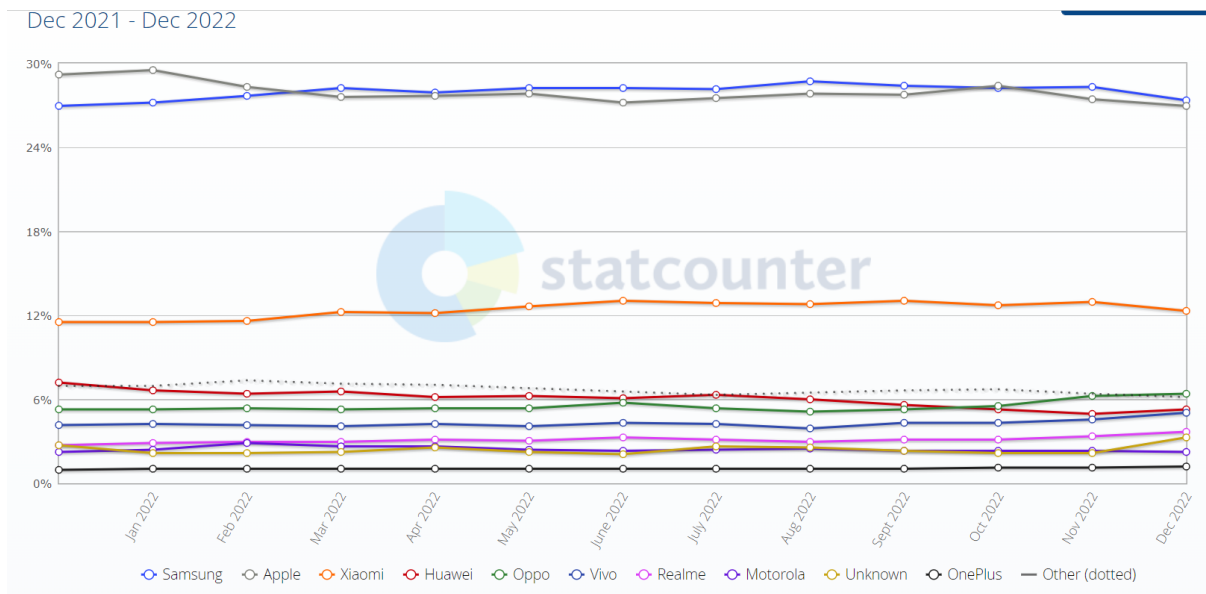
Sumber : www.google.com (diakses pada 25 Desember 2022)

1.2.4 Problem Indication

Berdasarkan data dari *gs.statcounter.com*, market share Apple mengalami kenaikan dari 27.2% menjadi 28.41% pada bulan Juni hingga Oktober. Sedangkan pada bulan berikutnya cenderung stabil kembali. Walaupun pada Q1 sempat mengalami penurunan drastis pada bulan Januari hingga Februari namun bulan berikutnya cenderung stabil. Dan masih berada pada posisi teratas bersama Samsung terhadap vendor smartphone lainnya.

Sebaliknya Samsung juga mengalami penurunan pada Q3 yaitu November ke Desember sebesar 0.95%, sedangkan bulan sebelumnya penjualan Samsung cenderung baik bahkan menaik pesat. Pada bulan November penjualan Samsung

terbantu *flash sale* hampir tiap bulannya, penjualan *flash sale* ini sangat menaikkan produk Samsung saat itu. Keduanya sampai saat ini terus bersaing mengeluarkan *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Fitur yang terus dikembangkan agar menarik konsumen untuk menggunakan produknya, karena tiap orang mempunyai pilihan dalam menentukan *smartphone*, ada yang menunjang pekerjaan atau sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain.



Gambar 1.11 Market Smartphone Samsung dan Apple 2022 di Indonesia

Sumber : gs.statcounter.com (diakses pada 6 Januari 2022)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data gs.statcounter.com smartphone paling laris pada tahun 2022 adalah smartphone Samsung dan Apple. Dalam perjalanan bisnis Samsung dan Apple sepanjang tahun dua perusahaan ini saling bersaing kuat di pasaran. Terkadang mengalami sedikit penurunan dan terkadang mengalami kenaikan penjualan. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan permasalahan yang muncul dari strategy pemasaran melalui pendekatan marketing, untuk membangun keputusan pembelian khususnya pada product Samsung dan Iphone, dapat di identifikasi sebagai berikut :

1. Berdasarkan data dari gs.statcounter.com, market share Apple mengalami kenaikan dari 27.2% menjadi 28.41% pada bulan Juni hingga Oktober. Sedangkan pada bulan berikutnya cenderung stabil kembali. Walaupun pada Q1 sempat mengalami

penurunan drastis pada bulan Januari hingga Februari namun bulan berikutnya cenderung stabil. Dan masih berada pada posisi teratas bersama Samsung terhadap vendor smartphone lainnya. Sebaliknya Samsung juga mengalami penurunan pada Q3 yaitu November ke Desember sebesar 0.95%, sedangkan bulan sebelumnya penjualan Samsung cenderung baik bahkan menaik pesat. Sehingga hal tersebut mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian smartphone Iphone XR atau Samsung Galaxy S10.

2. Perlu dilakukan penelitian akademis yang membahas mengenai pengaruh atribut produk dalam memilih produk *smartphone* Iphone XR atau Samsung Galaxy S10 terhadap *purchase decision*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah atribut produk pada Iphone XR dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (*Purchase Decision*)?
2. Apakah atribut produk pada Samsung Galaxy S10 dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (*Purchase Decision*)?
3. Apa yang harus dilakukan oleh Samsung dan Apple untuk meningkatkan *purchase decision* dilihat dari atribut produk?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk Iphone XR dan Samsung Galaxy S10 terhadap perilaku konsumen dalam menentukan pembelian (*Purchase Decision*).
2. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian (*Purchase Decision*) pada konsumen.
3. Untuk mengetahui langkah perusahaan Samsung dalam meningkatkan *purchase decision*.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Batasan masalah atau ruang lingkup dari penelitian ini adalah:

1. Target Penelitian: pelajar, mahasiswa, pegawai, wirausaha
2. Waktu dan Periode Penelitian: 1 November 2022 – 30 Desember 2022
3. Objek Penelitian: konsumen yang sedang menggunakan produk iPhone XR

atau Samsung Galaxy S10.

1.7 Kegunaan Penelitian

1.7.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada konsumen tentang spesifikasi yang dimiliki pada atribut produk smartphone sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan. Disamping itu, penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya.

1.7.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi kedua perusahaan yaitu Apple Inc dan Samsung untuk mengetahui seberapa baik atribut produk yang mereka miliki, dan untuk mengevaluasi atribut produk masing-masing perusahaan agar mampu mengembangkan dan mempertahankan kualitas produk agar sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen serta memiliki nilai unggul dibandingkan pesaing.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi: objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat rangkuman secara jelas, ringkas, dan padat tentang hasil tinjauan pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar/rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian. Tinjauan pustaka harus merujuk pada teori-teori yang sudah baku yang dimuat dalam buku teks yang dipublikasikan. Disarankan agar peneliti menggunakan buku teks yang didasarkan pada hasil penelitian dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Rangkuman teori akan merujuk pada artikel dalam jurnal bereputasi (baik jurnal nasional maupun jurnal internasional). Hasil rangkuman tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik analisis data harus relevan dengan masalah penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan harus diuraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam pembahasan hasil pengolahan data, cakupan penelitian dan berapa kuesioner yang valid untuk diolah. Jumlah kuesioner yang valid harus memenuhi jumlah sampel minimal yang telah ditetapkan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V disajikan kesimpulan hasil analisis data dalam kaitannya dengan jawaban terhadap pertanyaan penelitian. Kesimpulan penulisan ditulis secara berurutan sesuai masalah dan pertanyaan penelitian.