

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Sumbar *Smartphone*

Sumbar *Smartphone* adalah usaha yang dibangun oleh PT. Ardash Sumbar Indonesia dan didirikan pada tanggal 19 Maret 2016. Usaha ini bergerak di bidang elektronik. Awal mula berdirinya didasarkan oleh impian sang pemilik toko yaitu Riki Wiranata, yang mulanya hanya menjual *handphone* di rumah hingga terdirinya *Offline Store* pertama di Jalan Sutan Syahrir Nomor 19B Sebrang Padang, kemudian di Jalan Prof M. Yamin Nomor 189 D Aur Kuning (disebelah *LG Center* dekat RRI Bukit tinggi) dan di Jalan Galuh Mas Raya Nomor 153 Galuh Mas Karawang.

Sumbar *Smartphone* adalah tempat penjualan *Smartphone* baru dan bekas. Toko ini menjual berbagai macam produk merek *handphone* seperti Iphone, Samsung, Oppo dan berbagai merek *smartphone* ternama lainnya. Namun toko ini juga berfokus ke pada *Smartphone* bekas original 100% dan menyediakan jasa *service* ganti LCD dan baterai.

Selain menjual produknya di *offline store*, Sumbar *Smartphone* juga mengembangkan usahanya secara *online* melalui Admin Toko *Website* Resmi Sumbar *Smartphone*, Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Mereka juga mempromosikan produknya melalui *Selebgram* dan *Influencer* dengan memanfaatkan jasa *endorsement* yaitu Rachel Venny dan Karin Novilda atau yang dikenal sebagai Awkarin melalui postingan Instagram *story* nya.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Sumbar *Smartphone*

Sumber: Sumbar Smartphone

Slogan Sumbar *Smartphone* yaitu “*Good Quality We Played*”

1.1.3 Skala Usaha dan Perkembangan Usaha

a. Skala Usaha

Sumbar *Smartphone* merupakan usaha pada skala nasional karena mereka menjual produknya di *offline store* yang di Padang, Bukittinggi dan Karawang. Selain itu mereka juga menjual produknya di *e-commerce* yaitu Tokopedia, Shopee dan Bukalapak yang berarti dapat dipesan oleh siapa pun.

b. Perkembangan Usaha

Sumbar *Smartphone* didirikan pada 19 Maret 2016 di Jalan Sutan Syahrir Nomor 19B Sebrang Padang. Setelah beberapa tahun penjualan, mereka terus meningkat sehingga mereka membuka 2 cabang *offline store* lainnya di Bukittinggi dan Karawang.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman ini, teknologi dan perkembangannya dari waktu ke waktu sudah menjadi suatu hal biasa di kalangan orang-orang. Teknologi dapat membantu masyarakat dalam berbagai aspek atau bidang. Hal ini menyebabkan terjadinya perkembangan teknologi yang sangat drastis dan pesat. Perkembangan yang pesat ini dilatar belakangi oleh faktor kegunaannya yang mana dapat mempermudah masyarakat dalam berbagai hal seperti dalam menambah wawasan, mencari informasi mengenai sesuatu berkomunikasi jarak jauh dan lainnya. Seperti yang kita ketahui, masyarakat sudah tidak asing lagi terhadap produk teknologi yang ada, terutama *handphone*, yang dapat dianggap sebagai suatu benda asing yang harus dimiliki oleh setiap individu. *Handphone* mempunyai banyak manfaat, maka dari itu masyarakat menganggapnya sebagai benda yang krusial untuk dimiliki dan *handphone* merupakan salah satu kebutuhan seseorang yang sangat penting. *Handphone* dapat membantu seseorang dalam melakukan pekerjaan maupun bisnis yang dijalani yang digunakan mulai dari anak-anak hingga dewasa.

Pada awalnya, hanya orang-orang dari kalangan atas yang mempunyai *handphone*. Namun, berkat dari era global yang turut mengambil peran besar pada perkembangan teknologi mengalami perubahan kearah maju yang signifikan, setiap orang dari berbagai kalangan bisa memiliki *handphone*. Dalam penggunaan *handphone* memiliki berbagai manfaat bagi penggunaannya yaitu untuk keperluan pendidikan, promosi produk, penjualan produk, dan bisa memperlancar hubungan komunikasi dengan keluarga, teman, sahabat, kerabat, teman kerja dan lainnya.

Setiap pergantian tahun, berbagai banyak macam *brand handphone* dan keunggulan spesifikasinya masing-masing bermunculan dengan berbagai jenis tipe dan harga yang bervariasi yang dijual produsen yang saling berlomba unggul produk mereka. Kemudian memahami konsumen, produsen bisa melihat harga saing pasar dan juga tawaran produk khusus apakah memiliki pengaruh terhadap pilihan pada jenis merek dan spesifikasi *handphone* tertentu bagi konsumen.

Sumbar *Smartphone* adalah salah satu toko *handphone* di Kota Padang yang memiliki citra nama yang baik dan bagus. Mereka juga menawarkan berbagai macam

jenis merek *handphone*, yaitu dari jenis *smartphone* yang sederhana hingga *smartphone* yang paling canggih dan *booming* dikalangan anak muda saat ini. Waktu pembelian bisa dilakukan konsumen kapan saja, mulai dari 1 kali setahun, 2 kali setahun ataupun 1 kali 2 tahun.

Dalam hal ini untuk meningkatkan volume penjualan, Sumbar *Smartphone* harus tetap eksis dari toko lainnya bahkan harus bisa lebih maju dan hal ini tentu boleh menyepelkan peran dengan mengadakan promo menarik dapat menarik daya tarik pembelian oleh konsumen, baik secara *online* maupun *offline*. Dikarenakan toko ini lebih sering melakukan promosi secara *offline* dari pada *online*, maka peneliti memutuskan untuk memfokuskan penelitian ini pada *offline* dan pengaruh promosi yang dilakukan tersebut dan juga harga yang ditawarkan oleh Sumbar *Smartphone* kepada keputusan pembelian oleh konsumen.

Menurut Manaf (2016), promosi adalah suatu elemen utama dari kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk menginformasikan konsumen bahwa perusahaan telah mengeluarkan atau menyediakan barang baru yang mempen garuhi konsumen agar melakukan kegiatan pembelian.

Tabel 1.1 Data Penjualan *Offline* Store Sumbar *Smartphone* Padang Tahun 2021

| No. | Bulan | Total Penjualan (Rupiah) |
|---------------|----------|-----------------------------|
| 1. | Januari | 178.000.000 |
| 2. | Februari | 206.000.000 |
| 3. | Maret | 298.000.000 |
| 4. | April | 256.000.000 |
| Jumlah | | 938.000.000 |

Sumber: Sumbar *Smartphone*, 2021

Tabel di atas menunjukkan hasil penjualan *offline store* dengan melakukan promosi di Sumbar *Smartphone* Padang dari bulan Januari hingga April 2021, yaitu dengan total sebesar Rp 938.000.000. Pada bulan Januari hingga Maret penjualan mengalami kenaikan dalam 3 bulan berturut-turut. Akan tetapi, hasil penjualan pada

bulan April mengalami penurunan. Penjualan terbanyak terdapat pada bulan Maret sebesar Rp 298.000.000, sedangkan penjualan terendah terdapat pada bulan Januari yaitu sebesar Rp. 178.000.000. Diketahui bahwa Sumbar *Smartphone* telah melakukan promosi secara *offline* pada bulan-bulan tertentu seperti pada bulan Maret (yaitu promosi dalam rangka memperingati hari ulang tahun berdirinya Sumbar *Smartphone*). Bisa kita lihat dari tabel di atas bahwa pada bulan Maret, setelah dilakukannya promosi secara *offline* oleh Sumbar *Smartphone*, penghasilan yang didapatkan oleh toko tersebut meningkat. Kemudian, pada bulan setelahnya penghasilan mereka kembali mengalami penurunan dikarenakan tidak dilakukannya promosi. Dari penjelasan di atas, bisa kita simpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh toko Sumbar *Smartphone* secara *offline*, benar memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, dari promosi yang dilakukan pasti harga yang ditawarkan produsen kajian semakin krusial karena angka yang ditentukan oleh perusahaan adalah aspek dalam keputusan pembelian. Dalam hal ini penentuan nilai jual wajib disinkronkan dengan daya beli target konsumen dengan melihat aspek biaya, laba dan lainnya. Harga menurut Manap (2016:289) “Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Berbeda dengan pendapat Kotler dan Armstrong dalam buku Setyaningrum, dkk (2015:128) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Dari pengamatan yang peneliti lakukan pada *offline store* Sumbar *Smartphone* Padang, peneliti menyimpulkan bahwa toko ini ramai dikunjungi oleh pembeli sebab produk *handphone* yang ditawarkan, baik *smartphone* baru maupun bekas, memiliki harga yang lebih murah dari pada *offline store* lainnya di Kota Padang.

Berikut perbandingan harga penjualan *smartphone* di Sumbar *Smartphone* dan dalam satu toko *handphone* yang cukup terkenal di Kota Padang yaitu Dubai *Smartphone*:

Secondhand Unit

kondisi mulus secondhand original 100% harga
BATANGAN MULUS NO MINUS
Fullset Up 200k,Warna Langka Beda Harga

- iPad Mini 4 128gb 3.499k
- iphone 7 32gb 1.399k Wifi Only
- iphone 7 32gb 2.299k
- iPhone 7 128gb 1.699k Wifi Only
- iphone 7 128gb 2.599k
- iphone 7 256gb 2.899k
- Samsung Note 9 4.499k
- Samsung Note 9 4.499k
- Samsung Note 9 4.499k
- iphone 7+ 128gb 3.899k
- Samsung S10e 4.499k
- Samsung S10+ 128 5.099k
- Samsung S20+ 7.799k
- Samsung Note 10+ 7.499k
- iphone 8 64gb 2.999k
- Samsung Note 10 6.499k
- iphone 8+ 64gb 4.349k
- Samsung S20 6.999k
- iphone 8+ 256gb 4.799k
- iphone x 64gb 3.499k Wifi Only
- iphone x 64gb 4.999k
- iphone x 64gb 4.599k Face ID OFF
- iphone x 256gb 5.599k
- iphone xr 64gb 5.399k
- After Sales Terjamin 🙏👍
- iphone xr 128gb 6.199k
- iphone xs 64gb 5.599k
- iphone xs 256gb 5.749k FACE ID OFF
- iphone xs 256gb 6.399k
- iphone xs max 256gb 8.099k
- iphone 11 64gb 7.399k Face ID OFF
- iphone 11 64gb 8.399k
- iphone 11 128gb 9.299k
- SUMBAR SMARTPHONE
- iphone 11 pro 64gb 10.399k OtW
- iphone 11 pro 256gb 11.699k
- iphone 11 pro max 64gb 11.699k
- iphone 11 pro max 512gb 13.399k

New Unit

- AirPods Gen 2 2.199k
- AirPods Pro 3.249k
- Apple Watch Series 3 38mm 3.299k
- Apple Watch Series 3 42mm 3.649k
- Apple Watch Series SE 40mm 4.699k
- Apple Watch Series SE 44mm 5.299k
- Apple Watch Series 6 40mm 5.999k
- iPad 8 2020 32gb 5.499k
- iPad Air 4 2020 64gb 8.899k
- iPad Pro 2020 128gb 11.999k
- MacBook Air 2017 8/12 10.799k

All Produk New Resmi Indonesia IBOX/Digimap 1tahun

- iPhone XR 64gb 7.499k
- iPhone XR 128gb 8.699k
- iPhone 11 64gb 11.499k Slimpack
- iPhone 11 64gb 11.899k Fullpack (Include Charger+Headset)
- iPhone 11 128gb 12.499k
- iPhone 11 Pro 64gb 14.999k Fullpack(Include Charger+Headset)
- SUMBAR SMARTPHONE
- iPhone 12 64gb 12.749k
- iPhone 12 128gb 14.249k
- iPhone 12 256gb 15.749k
- iPhone 12 Mini 64gb 10.749k
- iPhone 12 Mini 128gb 12.249k
- iPhone 12 Mini 256gb 13.749k
- iPhone 12 Pro 128gb 17.549k
- iPhone 12 Pro 256gb 19.949k
- iPhone 12 Pro 512gb 23.899k
- iPhone 12 Pro Max 128gb 18.949k
- iPhone 12 Pro Max 256gb 21.899k
- iPhone 12 Pro Max 512gb 25.449k

PROMO WISUDA 29-30

Gambar 1.2 Harga dan Promosi *Handphone* di *Sumbar Smartphone*

Sumber: Instagram Sumbar Smartphone,2020

dubai
SMARTPHONE

**HARI JUMA'AT
TGL 14 MEI
KITA FLASH SALE
SEMUA TYPE
IPHONE DAN
ANDROID**

Lebaran di sambut
dengan flash sale
Paling murah sejagad
raya

Shopee 3uTools HOME CREDIT

• bebas cek 3uTools
• 3uTools di atas 90% ke atas
• rating di atas 90% ke atas
• kondisi hijau semua

**LEBARAN
FLASH SALE**

| | |
|--------------------------|-----------------|
| Iphone 7 32 GB | = 2.499.000 zpa |
| Iphone 7 128 GB | = 2.799.000 zpa |
| Iphone 7 32 GB | = 1.799.000 LLA |
| Iphone 7 128 GB | = 1.999.000 LLA |
| Iphone 7+ 32 GB | = 3.250.000 |
| Iphone 7+ 128 GB | = 3.399.000 |
| Iphone 8 64 GB | = 2.499.000 |
| Iphone 8+ 64 GB | = 3.699.000 |
| Iphone 8+ 256 GB | = 4.350.000 |
| Iphone X 64 GB | = 4.399.000 |
| Iphone X 256 GB | = 5.050.000 |
| Iphone XR 64 GB | = 4.850.000 |
| Iphone XR 128 GB | = 5.650.000 |
| Iphone XS 64 GB | = 5.050.000 |
| Iphone XS 256 GB | = 6.199.000 |
| Iphone XS MAX 64 GB | = 6.799.000 |
| Iphone XS MAX 256 GB | = 7.599.000 |
| Iphone 11 64 GB | = 7.899.000 |
| Iphone 11 128 GB | = 8.799.000 |
| Iphone 11 pro 64 GB | = 9.399.000 |
| Iphone 11 pro 256 GB | = 10.799.000 |
| Iphone 11 pro Max 64 GB | = 10.899.000 |
| Iphone 11 pro Max 256 GB | = 12.499.000 |
| Iphone 12 pro 128 GB | = 15.399.000 |
| Iphone 12 pro max 128 | = 16.599.000 |

Gambar 1.3 Harga dan Promosi *Handphone* di Dubai *Smartphone*

Sumber: Instagram Dubai Smartphone, 2020

Bisa dibandingkan dari list patokan harga promosi kedua toko tersebut bahwa Sumbar *Smartphone* menawarkan harga yang lebih terjangkau dan murah dibanding harga yang ditawarkan oleh Dubai *Smartphone*. Setiap orang jika memutuskan melakukan pembelian pada barang pasti mempunyai pendapat yang berbeda tentang harga. Namun, kebanyakan dari kita menjatuhkan pilihan kepada toko yang menawarkan harga yang lebih murah dan lebih terjangkau. Dengan demikian, harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen bila dirasakan cocok maka kemungkinan besar konsumen akan memutuskan untuk membeli produk atau jasa tersebut karena harga yang diharapkan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan. Promosi penjualan menawarkan suatu produk dengan cara memberikan rangsangan supaya membeli. Apalagi pada saat ini, data beli konsumen yang rendah akibat kenaikan -kenaikan harga menjadikan promosi penjualan menjadi cara yang paling tepat dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena promosi penjualan memberikan rangsangan langsung kepada konsumen dan konsumen dapat merasakan manfaat langsung dari

promosi penjualan. Sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara lebih cepat. Selain promosi dengan adanya potongan harga maka konsumen juga bisa memilih mana harga yang lebih sesuai dengan kondisi keuangan pembeli, secara tidak langsung pembeli itu dapat menentukan berapa biaya yang dikeluarkan untuk ingin membeli kembali dan bisa meminimalisir sedikit pengeluarannya. Hal ini tersebut di perkuat dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa semakin menarik harga yang ditawarkan dalam pembelian produk maka akan semakin dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk (Susanto,2016). Apa yang dimaksud dengan keputusan pembelian? Kotler & Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*, yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Jadi bisa kita simpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan sifat konsumen mengenai bagaimana mereka menentukan pilihan membeli, menggunakan dan bagaimana produk atau jasa dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan mereka.

Dari penjelasan mengenai promosi dan harga yang ditawarkan oleh Sumbar *Smartphone* di atas, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai apakah kedua hal tersebut (promosi dan harga) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen atau tidak. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari apakah promosi dan harga yang ditawarkan oleh Sumbar *Smartphone* padang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian bagi konsumen mereka. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas dan dari data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti, maka dari itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Oleh Konsumen di Sumbar *Smartphone* Padang”**.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Promosi dari Sumbar *Smartphone* Padang?
2. Bagaimana Harga dari Sumbar *Smartphone* Padang?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian pada Sumbar *Smartphone* Padang?
4. Seberapa besar pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* oleh konsumen di Sumbar *Smartphone* Padang?
5. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* oleh konsumen di Sumbar *Smartphone* Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mencakup lima poin yakni:

1. Untuk mengetahui Promosi dari Sumbar *Smartphone* Padang
2. Untuk mengetahui Harga dari Sumbar *Smartphone* Padang
3. Untuk mengetahui Keputusan Pembelian pada Sumbar *Smartphone* Padang
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* oleh konsumen di Sumbar *Smartphone* Padang
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* oleh konsumen di Sumbar *Smartphone* Padang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Harapan peneliti dalam hasil dari penelitian ini adalah dapat turut berkontribusi secara umum mengenai wawasan tentang harga promosi terhadap keputusan pembelian. Disamping itu juga, penelitian ini bisa menambah kajian dan rujukan bagi penelitian sejenis di masa mendatang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Praktisnya, hasil dari temuan ini ditujukan pada Sumbar *Smartphone* untuk bahan pertimbangan dan perbandingan mengenai bentuk harga promo pada produk

handphone yang mereka jual dapat mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli *handphone* di toko mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan dan penyusunan penelitian ini dibagi dalam bentuk bab dan sub bab yang akan mencakup tentang pokok-pokok penelitian ini yang berisi *background* permasalahan atau pendahuluan, rumusan permasalahan, objek penelitian, tujuan dan fungsi penelitian.

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan tinjauan dari *background* permasalahan dari penelitian ini yang memberi pembaca gambaran umum dan spesifik mencakup objek pada penelitian, permasalahan atau isu yang diangkat untuk diteliti dan tujuannya.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka atau biasa disebut kajian pustaka disusun setelah bab satu yang berisi tentang pendahuluan. Isi pada tinjauan pustaka mencakup teori yang nantinya akan diaplikasikan untuk menjawab rumusan permasalahan pada penelitian. Pada bab ini juga, didukung dengan disisipkan penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu lengkap dengan rangka dari pemikiran teoritis, ruang lingkup penelitian, tempat penelitian dan periode penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian berisi sumber-sumber data dan cara memperolehnya sebagai data yang digunakan untuk memperkuat dan mendukung penelitian yang dilakukan. Selain berisi tentang sumber data dan cara mengolah data, bab ini juga menyinggung tentang cara menganalisis data penelitian. Pada umumnya, sumber data, koleksi data, dan analisa dilakukan secara tersusun dan dijabarkan dengan spesifik.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyinggung tentang hasil dan analisis penemuan lengkap dengan pembahasan penelitian berdasarkan rumusan masalahnya.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam sistematika penulisan penelitian, kesimpulan dan saran adalah unsur yang tidak bisa ditinggalkan karena merupakan bagian penting dalam penelitian yang memuat hasil dari observasi yang telah ditulis peneliti secara ringkas dan mudah dipahami. Serta saran ditujukan untuk perbaikan penelitian di masa depan.