

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum PT. Samsung Electronics Indonesia

Samsung Electronics Indonesia adalah perusahaan manufaktur elektronik asal Korea Selatan yang telah berdiri selama 25 tahun di Indonesia. Samsung saat ini berada dalam masa kejayaannya dan merajai pasar smart phone dunia. Samsung memiliki lima core value yang menjadi kunci sukses perjalanan panjang dari masa ke masa yaitu *People, Excellence, Change, Integrity*, dan *Co-Prosperity*. Perusahaan yang berstandar internasional dan mengedepankan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku, mampu menjamin kesejahteraan karyawan yang menjadi aset utama, menciptakan lingkungan kerja yang baik dengan moto Great Work Place, dan mengedepankan keseimbangan hidup karyawannya dengan moto Work Life Balance. Perusahaan yang berada di Kawasan Industri Jababeka ini memproduksi Smart Phone, LED TV, STB, dan Blueray.(sumber : karirglobal.id diakses 15 september 2020)

1.1.2 Visi dan Misi PT. Samsung Electronics Indonesia

Adapun visi dan misi dari PT. Samsung Electronics Indonesia adalah sebagai berikut :

a. Visi

"Inspire the World, Create the future " (Menginspirasi dunia, menciptakan masa depan)

b. Misi

"To inspire the world with innovative technologies, products and designs that enrich people's live and contribute to a socially responsible, sustainable future" (Untuk menginspirasi dunia dengan teknologi inovatif, produk, dan

desain yang memperkaya kehidupan orang dan berkontribusi pada masa depan yang bertanggung jawab secara sosial dan berkelanjutan) (sumber : www.samsung.com diakses 15 september 2020)

1.1.3 Logo Perusahaan

Logo dari Samsung dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini



GAMBAR 1.1

Logo Perusahaan Samsung

Sumber: Solo.tribunnews.com, (diakses 15 september 2020)

1.1.4 Produk dan Layanan

a. Produk

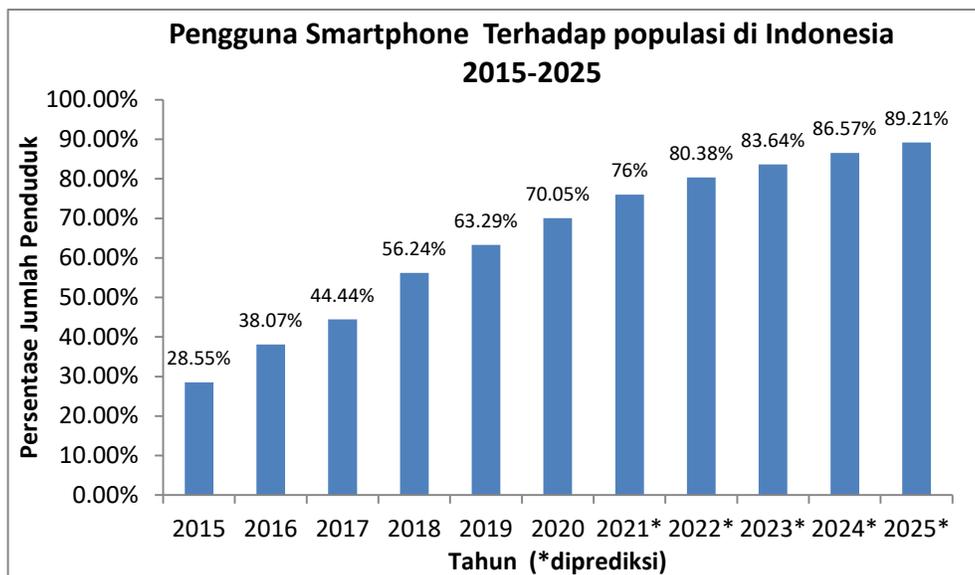
Samsung menawarkan berbagai produk elektronik yang menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia. Produk Samsung diantaranya, *Smartphones, Tablets, Audio Sounds, Watches, Smarts Switch , TVs, Sounds Devices, Kulkas, Air solutions, Coocking Appliances, Monitors, Memory Storage.*

b. Layanan

Layanan yang diberikan Samsung berupa *aftersales* dimana para pengguna bias dating langsung ke pusat *service center* maupun layanan *Online Service.*

1.2 Latar Belakang Masalah

Jumlah pengguna *Smartphone* secara global terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2019, setidaknya terdapat 3,2 miliar pengguna, naik 5,6% dari tahun sebelumnya. Sementara jumlah perangkat aktif yang digunakan mencapai 3,8 miliar unit. (Pusparisa Yosepha, 2020). Sementara itu, pasar gawai di Indonesia sedang menjadi primadona meskipun pandemi melanda. Pasalnya, kebutuhan terhadap gawai untuk bekerja, belajar, hingga memenuhi kebutuhan justru timbul saat pandemi melanda. (Ellyta Rahma, 2020).



GAMBAR 1.2

Pengguna Smartphone terhadap populasi di Indonesia 2015-2025

Sumber: www.statista.com , (diakses 2 Oktober 2020)

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh statista yang direpresentasikan pada gambar 1.2, dari tahun ke tahun pengguna *Smartphone* di Indonesia terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada tahun 2015 hanya ada 28.55% dari jumlah penduduk dan lima tahun kemudian, pada 2020 pengguna ponsel pintar di Indonesia mencapai 70.05 % dari jumlah penduduk. Pada tahun 2025 statista memprediksi akan ada 89.21% dari penduduk Indonesia yang akan menggunakan ponsel pintar.

TABEL 1.1
15 MEREK SMARTPHONE TERBAIK 2020

No	Nama Brand
1	Apple
2	Sony
3	Samsung
4	HTC
5	LG
6	Xiaomi
7	Asus
8	Oppo
9	Huawei
10	Vivo
11	OnePlus
12	ZTE
13	Nokia
14	Motorola (Lenovo)
15	Meizu

Sumber : www.Yatekno.com, *(diakses 19 september 2020)*

Berdasarkan tabel 1.1 yang dikutip dari yatekno.com ada sebanyak 15 *brand Smartphone* yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia. *Brand* tersebut diantaranya adalah apple, sony, Samsung, HTC, LG, Xiaomi, Asus, Oppo, Huawei, Vivo, OnePlus, ZTE, Nokia, Lenovo, dan Meizu. Salahsatu *brand Smartphone* yang menjadi pangsapasar selama beberapa tahun terakhir di Indonesia adalah Samsung.

Samsung saat ini berada dalam masa kejayaannya dan merajai pasar *Smartphone* dunia. (Sumber : ecc.co.id diakses 1 oktober 2020). Saat ini terdapat banyak jenis atau type dari handphone Samsung mulai dari segmen kelas menengah sampai kelas Atas. Selama beberapa tahun terakhir juga samsung merajai pasar ponsel di Inonesia



GAMBAR 1.3

Market Share / Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia

Sumber: www.tekno.kompas.com , (diakses pada 15 september 2020)

Berdasarkan data IDC dikutip dari (tekno.kompas.com , 2020) *Market share* Samsung dari Quartal 2 2019 ke Quartal 2 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada quartal kedua tahun 2019 Samsung masih merajai pasar *smartphone* di Indonesia dengan pangsa pasar di atas 25 % , tetapi pada quartal kedua 2020 tergantikan posisinya oleh vivo , bahkan posisinya terjun menjadi posisi ketiga dibawah oppo dengan *market share* sebesar 18.7 %

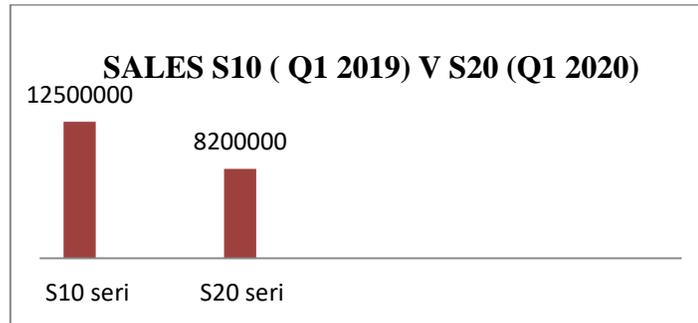
Indonesia Smartphone Shipment Market Share (%)	Q2 2019	Q2 2020
VIVO	7.8%	21.2%
OPPO	17.5%	20.6%
SAMSUNG 	27.0%	19.6%
XIAOMI	21.9%	17.9%
REALME	7.6%	13.6%
OTHERS	18.3%	7.1%
TOTAL	100%	100%

GAMBAR 1.4

Market Share / Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia

Sumber: www.counterpointresearch.com , diakses 15 september 2020

Sama halnya dengan data dari IDC, pada gambar 1.4 dikutip dari (counterpoint.com , 2020) melaporkan data yang menunjukkan bahwa *market share* Samsung pada quartal kedua 2020 mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 7.4 % . Pada quartal kedua 2019 Samsung masih menjadi *Marketleader* di Industri Smartphone Indonesia dengan market share sebesar 27 % . Namun pada quartal kedua 2020 ini posisi Samsung mengalami penurunan ke posisi ke tiga dibawah vivo dan Oppo.



GAMBAR 1.5

Perbandingan Penjualan S10 dengan S20 Quartal 1

Sumber: www.gizmochina.com , diakses 15 september 2020

Salahsatu seri Samsung yang menyebabkan turunya penjualan samsung adalah Samsung Galaxy S20 Series. Dikutip dari (gizmochina.com, 2020) Samsung Galaxy S20 Series telah melaporkan penurunan 35 persen pada quartal pertama 2020 jika dibandingkan dengan pendahulunya, yaitu Samsung Galaxy S10 Series. Pada quartal 1 2019 Samsung Galaxy S10 series membukukan penjualan sebesar 12,5 juta unit. Pada quartal yang sama 2020 seri penerus dari S10 yaitu S20 seri mengalami penurunan diangka 8,2 juta unit.

Sementara itu, dikutip dari (tekno.kompas.com , 2020) pre-order seri Samsung S21 naik tiga kali lipat dibandingkan dengan pre-order seri samsung S20. Namun pre-order S21 masih kalah dengan pre-order Samusung S10 dua tahun lalu. Hal ini jelas menggambarkan bahwa penjualan S20 masih kalah dari penjualan S10 dan S21 dan mempengaruhi keseluruhan penjualan samsung pada tahun 2020.

Akibat lambatnya penjualan, Samsung Galaxy S20 Series setop produksi. Dikutip dari (cnnindonesia.com, 2020) Belum genap setahun, Samsung Galaxy S20 serta S20 Plus dan ultra berhenti produksi. Keputusan ini diambil salah satunya karena Samsung akan meluncurkan jajaran smartphone series Galaxy S21. Beberapa pakar menilai pemberhentian penjualan dan produksi ponsel merupakan praktik yang umumnya dijumpai, namun jarang terjadi dalam waktu yang sesingkat ini. Biasanya ponsel stop produksi dalam kurun waktu dua tahun usai peluncurannya. Atas fakta

ini, beberapa pakar menilai Galaxy S20 tidak berhasil melewati batas tahun pemasaran. Selain itu pakar juga menilai bisa jadi karena penjualan dari smartphone Samsung Galaxy S20 tidak populer. Penjualan dimulai lambat dan dinilai tidak pernah meningkat seperti yang dilakukan perangkat Samsung sebelumnya. Ditambah lagi harga Samsung Galaxy S21 yang tersedia lebih murah dibandingkan dengan seri Samsung Galaxy S20.

Turunnya penjualan dalam sebuah industri merupakan sebuah masalah yang besar bagi perusahaan dan harus merencanakan kembali strategi apa yang harus dilakukan agar penjualan kembali meningkat. Naik turunnya penjualan dipengaruhi seseorang dalam memutuskan membeli sebuah produk, yang berarti penurunan penjualan yang di alami Samsung Galaxy S20 Series ini ada permasalahan pada keputusan pembelian.

Menurut Indrasari (2019 : 70) Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan oleh penjual. Salahsatu indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono dalam Indrasari (2019 :74) adalah Pilihan Produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Salahsatu alternatif yang konsumen pertimbangkan dalam memilih produk adalah kualitasnya.

Menurut Armstrong, Kotler, dkk (2017:328) menyatakan “*product quality is The characteristics of a product or a service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”. Yang berarti, Kualitas produk adalah ciri-ciri dari sebuah produk atau layanan yang didasarkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan tersurat atau tersirat.

Menurut penelitian (Mulyati dan Jaya 2020) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. pada penelitian lainnya yaitu (Habibah dan Sumiati 2016) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian wardah di Kota Bangkalan.

Meskipun sudah di fasilitasi dengan segudang fitur yang canggih dan kualitas produk Samsung S20 Seri yang sudah tidak diragukan lagi, tetapi masih terdapat banyak masalah yang terjadi pada *Smartphone* besutan korea tersebut .



warna hijau di layar (Foto: Ram_Nurra)



Techno.id, Jakarta – Samsung telah meluncurkan Galaxy S20 FE atau versi sederhana dari Galaxy S20. Namun, ternyata produk itu masih jauh dari kesempurnaan.



GAMBAR 1.6

Kumpulan Masalah pada Kualitas Produk S20 Seri

Sumber: dikutip dari berbagai sumber yang diolah penulis , 2020

Berdasarkan gambar 1.6 terdapat berbagai masalah yang terjadi pada Smartphone Samsung seri S20. Mengutip (inews.id, 2020) banyak pemilik Samsung S20 Ultra mengeluh adanya warna hijau pada smartphone mereka. Pemilik smartphone mengatakan warna hijau muncul saat refresh rate layar diatur ke 120Hz dan kecerahannya di bawah 30 persen. Sementara itu dikutip dari (autotekno.sindonews.com, 2020) Autofokus Samsung S20 Ultra bermasalah, Menurut posting terbaru tentang Samsung Korea Member, moderator berbicara tentang masalah yang sedang berlangsung secara rinci. Moderator bahkan mengungkapkan masalah tersebut mungkin tidak dapat diperbaiki melalui pembaruan *firmware*.

Mengutip dari (merdeka.com , 2020) bahwa pengguna S20 mengeluhkan kaca kameranya yang tiba-tiba pecah .Sejumlah pengguna Galaxy S20 Ultra membanjiri forum Samsung US Community yang melaporkan kaca pelindung kamera belakang Galaxy S20 Ultra pecah. Anehnya, sebagaimana dikutip dari laman Gizmochina via Tekno Liputan6.com, pecahnya kaca pelindung kamera Galaxy S20 Ultra ini karena alasan tidak jelas.

Sementara itu dikutip (kontan.co.id, 2020) memberitakan Samsung Galaxy S20 Series terbaru yaitu S20 FE mengalami gangguan pada *touchscreen*. Gangguan yang sering terjadi pada kebanyakan pengguna adalah layar berhenti merespon dan tiba-tiba melakukan scrool dengan sendirinya. Berbagai keluhan yang dialami oleh pengguna Samsung Galaxy S20 Seri ini menandakan masih terdapat banyak masalah yang serius terhadap Kualitas Produk Samsung Galaxy S20 Seresi.

Faktor lainnya yang menyebabkan penurunan penjualan samsung yakni tingginya harga samsung yang ditawarkan. Menurut *Market Analyst IDC*, Risky Febian yang dikutip dari suara.com , salahsatu yang menyebabkan turunnya penjualan Samsung adalah harga yang ditawarkan samsung relatif mahal, berbeda dengan kompetitor dari china yang menetapkan harga murah tapi dengan spesifikasi tinggi.

Menurut Armstrong, Kotler, dkk (2017:354) Harga adalah Jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau layanan, atau jumlah dari nilai-nilai yang ditukar pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan.

Harga merupakan salahsatu elemen dari *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi dan pelayanan.

Menurut penelitian (Mulyati dan Jaya 2020) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk HP merek iPhone di Kota Sukabumi. Semakin baik, terjangkau, atau sesuai harga produk iPhone tersebut, maka semakin baik atau tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga *flagship*

No	Nama Brand	Harga	Spesifikasi Singkat
1	Samsung Galaxy S20 Series	Rp. 13.249.000 – Rp. 19. 749.000	Memori Internal 128GB RAM 8-12 GB
2	Oppo Find X2	Rp. 14.999.000 – 17.999.000	Memori Internal 256GB- 512GB RAM 12 GB
3	Huawei P40 Pro	Rp. 14.499.000	Memori Internal 256GB RAM 8 GB
4	Black sahrk 3	Rp. 10.999.000	Memori Internal 256GB RAM 8 GB

Sumber : *tekno.kompas.com* , (diakses 30 september 2020)

Berdasarkan table 1.2 terdapat perbandingan harga 5 brand *smartphone* untuk kelas atas atau *Flagship* di Indonesia. Meskipun memiliki spesifikasi yang hampir sama Samsung Galaxy S20 Series masih menetapkan harga yang cenderung lebih mahal dibandingkan kompetitor.

Tabel 1.3
Harga S20 Ultra Dan S21 Ultra

NO	TIPE	HARGA
1	S20 ULTRA	20.999.000
2	S21 ULTRA	19.999.000

Sumber: *kontan.co.id* (diakses 30 maret 2021)

Meskipun penerus S20 yaitu S21 sudah rilis di Indonesia, tetapi harga dari S20 Ultra masih tinggi jika dibandingkan dengan S21 Ultra yang memiliki perbandingan harga hingga Satu juta rupiah. Dengan melihat spesifikasi dan kualitas yang hampir sama masyarakat di Indonesia akan cenderung untuk memutuskan memilih handphone dengan harga yang relatif murah dan kompetitor akan diuntungkan dengan strategi harga murah dengan kualitas yang hampir sebanding.

Menurut penelitian yang dilakukan Mulyati dan Jaya (2020) Hasil penelitian yang dilakukan pada 100 responden menemukan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian handphone Iphone

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perlu dilakukan penelitian seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Maka diangkatlah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY S20 SERIES”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Kualitas produk Samsung Galaxy S20 Series?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Harga Samsung Galaxy S20 Series?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian konsumen pada Samsung Galaxy S20 Series?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara simultan?
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara parsial?
6. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara parsial ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Kualitas produk Samsung Galaxy S20 Series
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Harga Samsung Galaxy S20 Series
3. Untuk mengetahui Keputusan pembelian konsumen pada Samsung Galaxy S20 Series
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara simultan
5. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara parsial

6. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series secara parsial

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu aspek praktis dan aspek Teoritis.

1.5.1 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan bahan informasi bagi Samsung dalam mengembangkan strategi Kualitas Produk dan *Brand Image* sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

1.5.2 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek pada Samsung, periode penelitian selama 6 (enam) bulan dimulai dari Oktober sampai Maret 2021.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah dalam memberikan arahan dan gambaran dalam penulisan skripsi ini. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori dan literature mengenai pemasaran terkait dengan topik dan variabel penelitian yaitu Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian. Kerangka pemikiran, perumusan hipotesis, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, ruang lingkup penelitian, tempat penelitian dan periode penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.