

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan apa yang menjadi dasar dari penelitian ini sehingga dapat dipahami alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Dalam bab ini terkandung uraian tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya zaman di era globalisasi membuat kebutuhan manusia akan informasi menjadi lebih diutamakan untuk mengetahui keadaan yang terjadi di sekitar mereka dari waktu ke waktu. Banyak media yang digunakan orang-orang untuk mendapatkan informasi mulai dari komputer, laptop, tablet, dan *handphone* (HP) dengan hanya disambungkan dengan saluran internet saja. Semakin berkembangnya zaman banyak para pelopor pembuat alat komunikasi menjadikan satu alat tidak hanya dapat digunakan untuk sekedar berkomunikasi saja, melainkan orang-orang dapat mendapatkan informasi terkini.

Smartphone pun menjadi salah satu pilihan yang dipilih banyak orang untuk dijadikan media komunikasi sekaligus informasi karena di *smartphone* merupakan alat komunikasi dan informasi yang efektif dan efisien. Tidak salah jika banyak perusahaan komunikasi yang berbondong-bondong menciptakan bermacam - macam bentuk dan kualifikasi yang memungkinkan para *user* untuk memilih *smartphone* sesuai dengan kebutuhan mereka masing – masing.

Smartphone (ponsel pintar) adalah sebuah telepon *mobile* yang dibangun dengan sistem operasi komputer, memiliki kemampuan kalkulasi canggih beserta konektivitas membuatnya lebih dari sekedar telepon. *Smartphone* modern menyertakan layar sentuh beresolusi tinggi dan web browser guna menampilkan halaman (laman) web standar beserta situs yang mendukung perangkat *mobile*. Sedangkan akses data kecepatan tinggi disediakan oleh koneksi Wi-Fi dan *mobile broadband*. Sedangkan untuk perangkat lunak, sistem operasi yang umum digunakan oleh ponsel pintar modern ialah Android milik Google, iOS-nya Apple, Symbian Nokia, OS BlackBerry RIM, Bada besutan Samsung dan Windows Phone Microsoft, webOS Hewlett-Packard beserta distribusi aplikasi berbasis Linux seperti MeeGo dan Maemo. (www.kompasiana.com, diakses pada tanggal 7 Maret 2016)

Saat ini keberadaan *smartphone* asal Tiongkok (China) banyak dicari masyarakat Indonesia karena menawarkan harga yang cukup murah dengan menghadirkan spesifikasi yang mampu menyamai *brand* premium. Sayangnya tidak semua vendor asal Tiongkok mengeluarkan produk terbaiknya. Banyak sekali *smartphone* yang terkesan asal-asalan saat diproduksi sehingga menurunkan kualitas dan spesifikasi. Masyarakat Indonesia perlu lebih jeli mengenal mana merek yang pantas dijadikan ponsel andalan. Terkadang harga murah tak semata membawa kualitas baik, semua itu terbukti oleh beberapa *smartphone* berspesifikasi rendah dan tak layak jual. (www.detekno.com, diakses pada tanggal 1 Maret 2016)

Konsumen menginginkan *smartphone* mereka memiliki kualitas yang baik, maka perusahaan-perusahaan *smartphone* berusaha menjadikan kualitas produk sebagai acuan penting dalam strategi keunggulan kompetitifnya. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) *Product Quality is the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes.* Yang artinya kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, itu termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya.

Di Indonesia banyak masyarakat mengharapkan *smartphone* yang murah dan berkualitas baik. Dengan banyaknya brand yang masuk ke Indonesia seperti Samsung, Sony, Microsoft / Nokia, LG, Asus, Lenovo, Oppo, Xiaomi dan lain-lainnya. Konsumen mulai memilih-milih produk *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan mereka. Salah satu produsen *smartphone* asal Tiongkok yang cukup dilirik masyarakat Indonesia yaitu Coolpad.

Coolpad baru memulai debut di Indonesia sejak 25 Juni 2015 lalu. Meski demikian, mereka terlihat antusias dan optimistis. Jeeves Jiang, CEO Coolpad Indonesia memutuskan untuk masuk ke Indonesia karena mereka sedang berfokus pada pasar yang terbuka dan salah satunya yaitu Indonesia. Mayoritas pengguna *smartphone* di Indonesia adalah anak muda, dan mereka adalah konsumen yang sangat potensial. Buktinya, tahun lalu, ada 60 juta unit *smartphone* yang dijual di Indonesia.

Strategi pemasaran yang Coolpad lakukan tergantung pada jenis produknya. Pertama, kami akan meluncurkan *smartphone* berkualitas tinggi. Kedua, pelayanan terbaik untuk konsumen dan para *dealer*. Kami ingin memastikan bisa memberikan respons pelayanan secara cepat. Ketiga, gencar mengadakan promosi berupa pemotongan harga. (www.coolpad.com, diakses pada tanggal 7 Maret 2016)

Coolpad memastikan perangkat mereka unggul dari sisi keamanan, desain dan material yang premium. Selain itu, Coolpad menyediakan layanan after sales di 25 kota yang ada di Indonesia. “Peluang kami di Indonesia, Coolpad memiliki produk yang baik dan teknologi yang tinggi,” kata Natalie (Branding Manager Coolpad). Pada event Consumer Electronics Show (CES) yang dihelat Januari 2016, Coolpad akan meluncurkan *smartphone* Android terbaru. Belum diketahui detail dari *smartphone* terbaru tersebut. Natalie Chen, mengatakan, pihaknya akan tetap mengusung sistem operasi pada perangkat mereka. Beberapa fitur yang mungkin ditawarkan oleh *smartphone* Coolpad terbaru seperti fitur fingerprint, dual SIM, fitur keamanan dan dukungan jaringan 4G. Coolpad juga memiliki keunikan tampilan antar muka melalui CoolUI. (www.solopos.com, diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

Coolpad mengadakan acara besar-besaran bertajuk Global Launch 2016 di Indonesia. Acara ini sendiri adalah menandakan bahwa Coolpad sudah mulai serius di pasar global. Pada kesempatan ini, Coolpad mengumumkan dua *smartphone* antaranya, Coolpad Max dan Coolpad Max Lite. Ada beberapa pesaing dari

Coolpad yang juga mengeluarkan *smartphone* sekelas dengan Coolpad Max, yaitu Vivo V3 Max dan Samsung A5 2016. Berikut ini merupakan perbandingannya :

Tabel 1.1

Perbandingan antara Vivo V3 Max, Samsung A5 2016 dan Coolpad Max

Vivo V3 Max	Coolpad Max	Galaxy A5 2016
<ul style="list-style-type: none"> • Diumumkan : April 2016 	<ul style="list-style-type: none"> • Diumumkan : April 2016 	<ul style="list-style-type: none"> • Diumumkan : Desember 2015
JARINGAN		
<ul style="list-style-type: none"> • Jaringan 4G • Dual SIM, Nano SIM 	<ul style="list-style-type: none"> • Jaringan 4G • Dual SIM, Nano-SIM 	<ul style="list-style-type: none"> • Jaringan 4G • Dual SIM, Micro SIM
DIMENSI		
<ul style="list-style-type: none"> • 153.9 x 77.1 x 7.6 mm • Berat : 168 gram • Bahan :Metal • LED Notifikasi : Ada 	<ul style="list-style-type: none"> • 152 x 75.5 x 6.9 mm • Berat : 175 gram • Bahan :Metal • LED Notifikasi : Ada 	<ul style="list-style-type: none"> • 144.8 x 71 x 7,3 mm • Berat : 155 gram • Bahan : Frame metal+Cover plastik • LED Notifikasi : No
LAYAR		
<ul style="list-style-type: none"> • Layar IPS LCD capacitive • Lebar 5.5 inchi • Resolusi : 1080 x 1920 pixels • Scratch Resistant Glass 	<ul style="list-style-type: none"> • Layar IPS LCD capacitive • Lebar 5.5 inchi • Resolusi : 1080 x 1920 pixels • Corning Gorilla Glass 4 	<ul style="list-style-type: none"> • Layar super AMOLED Capacitive • Lebar 5.2 inchi • Resolusi 1080 x 1920 pixels • Corning Gorilla Glass 4
SOFTWARE & HARDWARE		
<ul style="list-style-type: none"> • Android Lollipop • Chipset : Snapdragon 652 • CPU : Quad-core • GPU : Adreno 510 • RAM : 4 GB 	<ul style="list-style-type: none"> • Android Lollipop • Chipset : Snapdragon 617 • CPU : Octa-core • GPU : Adreno 405 • RAM : 4 GB • Dual-Space 	<ul style="list-style-type: none"> • Android Lollipop • Chipset : Exynos 7580 • CPU : Octa-Core • GPU : Mali-T720 MP4 • RAM : 2 GB
KAMERA		
<ul style="list-style-type: none"> • 13 MP&8 MP 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 MP&5 MP 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 MP&5 MP
MEMORI INTERNAL		
<ul style="list-style-type: none"> • 32 GB 	<ul style="list-style-type: none"> • 64 GB 	<ul style="list-style-type: none"> • 16 GB
KONEKTIVITAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Wi-Fi Direct 	<ul style="list-style-type: none"> • Dual Band 	<ul style="list-style-type: none"> • Dual Band

<ul style="list-style-type: none"> • Hotspot • GPS Support • Bluetooth • Radio FM • Micro USB • USB OTG 	<ul style="list-style-type: none"> • Wi-Fi Direct • Hotspot • GPS Support • Bluetooth • Radio FM • Micro USB • USB OTG 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotspot • GPS Support • Bluetooth • Radio FM with RDS • Micro USB • USB OTG
SENSOR		
<ul style="list-style-type: none"> • Fingerprint • Accelerometer • Proxymiy • Ambient Light • Gyroscope • Compass 	<ul style="list-style-type: none"> • Fingerprint • Accelerometer • Proximity • Ambient Light • Gyroscope • Compass 	<ul style="list-style-type: none"> • Fingerprint • Accelerometer • Proximity • Ambient Light • Gyroscope • Compass
BATERAI		
<ul style="list-style-type: none"> • 3000 mAh 	<ul style="list-style-type: none"> • 2800 mAh 	<ul style="list-style-type: none"> • 2900 mAh
WARNA		
<ul style="list-style-type: none"> • Hitam, Putih, Gold 	<ul style="list-style-type: none"> • Rose gold, Gold 	<ul style="list-style-type: none"> • Hitam, Putih, Emas, Pink
HARGA		
<ul style="list-style-type: none"> • Rp 4.700.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 5.000.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 4.700.000

Sumber : www.bagusmana.net

Seperti yang kita lihat dari perbandingan tabel 1.1, secara keseluruhan pesaing dari Coolpad Max yaitu Vivo V3 Max dan Samsung A5 2016 memiliki sedikit perbedaan di setiap fitur / spesifikasinya. Harga dari ketiga smartphone ini berbeda sedikit tetapi *smartphone* Coolpad memiliki kelebihan dibandingkan dengan Vivo V3 Max dan Samsung A5. Jika di lihat dari bentuknya *smartphone* Coolpad Max dan Vivo V3 Max memiliki badan berbahan metal sedangkan Samsung A5 2016 memiliki penutup plastik, hanya sebagian badannya saja yang berbahan metal.

Keistimewaan dari *smartphone* Coolpad Max ini memiliki fitur *dual space*. Fitur *dual space* ini merupakan fitur terbaru yang diterapkan oleh Coolpad

dimana memungkinkan kita dapat menginstal dua buah aplikasi yang sama pada satu buah *smartphone*, fitur ini juga disebut dengan fitur *privat space*, karena kita dapat menyembunyikan satu ruang nya agar tidak diketahui oleh orang lain dan hanya dapat dibuka oleh kita sebagai pemilik dengan menggunakan sensor sidik jari yang tersedia. Fitur ini tentu nya sangat cocok bagi konsumen yang memiliki kebutuhan privasi sangat tinggi.

Smartphone Coolpad Max dan Vivo V3 Max ini sama-sama memiliki lebar layar 5,5 inchi, jaringan 4G, Ram 4 GB, kamera belakang 13 MP dan sensor *fingerprint* / sidik jari. Berbeda dengan Samsung A5 2016 yang hanya memiliki lebar layar 5,2 inchi dan Ram 2 GB. Samsung memiliki layar super AMOLED Capacitive yang memiliki kecerahan yang sangat tinggi dibandingkan dengan layar IPS LCD capacitive yang di miliki oleh Coolpad Max dan Vivo V3 Max. Kelebihan lain yang di miliki oleh Coolpad Max dibandingkan dengan Vivo V3 Max dan Samsung A5 2016 adalah tempat penyimpanan internalnya. Coolpad Max memiliki memori internal sebesar 64 GB sedangkan Samsung A5 2016 hanya memiliki memori internal sebesar 16 GB dan Vivo V3 Max sebesar 32 GB.

Peneliti terdahulu yaitu Kurniawati dan Nindria (2013) yang melakukan analisis “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Nex Di Surabaya Selatan” mengungkapkan bahwa Kualitas produk (performance, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan. Performance adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan karena performance

yang dimiliki Suzuki Nex meliputi pemakaian bahan bakar Suzuki Nex yang irit, Suzuki Nex merupakan skuter matic yang mudah digunakan dan nyaman pada saat digunakan, kecepatan dan tarikan gas pada Suzuki Nex yang ringan, dan suara mesinnya yang halus.

Rizan dan Yogha (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Majalah Info Bekasi (Studi Kasus PT. SIBK)”, mengungkapkan tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui gambaran kualitas produk, personal selling dan kepuasan pelanggan pada klien Majalah Info Bekasi, 2) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada klien Majalah Info Bekasi, 3) mengetahui pengaruh personal selling terhadap kepuasan pelanggan pada klien dari Majalah Info Bekasi, 4) dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan personal selling secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada klien Majalah Info Bekasi. Hasil dari penelitian ini secara bersamaan kualitas produk dan personal selling memiliki hasil positif dan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Isyanto et al (2012) yang melakukan penelitian “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Blackberry pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang”, mengungkapkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kualitas produk dan keputusan pembelian *handphone* Blackberry pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang, serta untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif keputusan pembelian pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis asosiatif. Teknik pengolahan data untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan analisis korelasi *product moment* serta analisis koefisien determinasi. Selanjutnya pengujian hipotesis satu pihak dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan 5%. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah kuat dengan nilai korelasi $r = 0,778$. Bahwa sumbangan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 59,9 %. Dengan kata lain bahwa sumbangan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 59,9 %. Dan sisanya sebesar 40,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti. Dengan pengujian hipotesis pada tingkat kesalahan 5% didapat nilai t hitung (16,153) lebih besar dari t tabel (1,645), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak artinya kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* Blackberry pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang.

Berdasarkan dari permasalahan di atas, maka peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian. Dengan demikian, dari semua fenomena di atas maka judul penelitian yang diambil berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE COOLPAD DI PALEMBANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : Apakah kualitas produk (performa, keistimewaan, keandalan, konformansi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Coolpad di Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Coolpad di Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Secara umum dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan seperti :

1. Peneliti

Bagi peneliti dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah mengenai pemasaran serta mengaplikasikan teori / ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

2. Manajemen Perusahaan

Bagi perusahaan Coolpad Indonesia, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai besarnya pengaruh kualitas produk yang

dilakukan perusahaan pada produk *smartphone* Coolpad sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen.

3. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam mengkaji masalah yang sama sehingga segala kekurangan yang ada pada penelitian ini dapat diperbaiki dan disempurnakan pada penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disusun dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori yang mendukung penelitian atau pendapat dari para ahli yang dapat dijadikan dasar dilakukannya penelitian ini. Teori yang pada bab ini adalah pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, bauran pemasaran, produk, kualitas produk, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data, variabel operasional dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang hasil pengumpulan data penelitian, analisis profil responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif variabel, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji goodness of fit dan pembahasan sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan yang menjawab rumusan masalah, memberikan saran dan menjelaskan keterbatasan penelitian sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya.