

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat sekarang ini, smartphone adalah salah satu kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Smartphone dengan *perceived quality* yang berteknologi canggih dan memiliki fitur yang lengkap sehingga konsumen lebih mudah memilih smartphone yang diinginkan. Produk smartphone tersebut menawarkan keunggulannya masing-masing, biasanya dijual dipasaran dengan harga yang relatif lebih murah dan mahal bila dilihat dari *perceived quality* negara tersebut. Kebanyakan produk mencantumkan *negara asal* produk tersebut dengan label *Made in*. Hal ini adalah salah satu penggunaan *Country Of Origin Labeling* yang dianggap perusahaan sebagai salah satu cara untuk memberikan kesan pada konsumen terhadap sebuah produk.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan hasil survei untuk merek terbaik untuk kategori smartphone tahun 2016. Smartphone dari negara Taiwan merek Asus masuk dalam top brand Award dalam 9 besar, Cina mulai bersaing dan masuk dalam daftar 5 besar Top Brand Award, dimana survei ini dilakukan oleh frontier consulting Group telah melakukan survei sejak tahun 2000 dengan sudah lebih dari 300 produk yang termasuk dalam survei ini. Pemilihan produk yang dikategorikan sebagai Top Brand didasari pada parameter top of mind awareness (merek yang pertama kali terpikir oleh konsumen). Last used atau terakhir kali dipakai responden, dan parameter future intention atau merek ingin dikonsumsi pada masa mendatang. Beberapa produk smartphone buatan Cina yang beredar di Indonesia seperti Oppo dan Lenovo mulai naik posisinya menjadi delapan dan tujuh besar sedangkan Smartfreen menduduki di posisi top brand ke enam besar dan Xiaomi menduduki posisi top brand lima besar setelah Apple Iphone sebagai salah satu kompetitor produk telekomunikasi

dengan brand smartphone yang diminati konsumen dan top brand pertama adalah Samsung yang berasal dari negara Korea Selatan.

Tabel 1.1
Merek Terbaik Kategori Smartphone tahun 2016

NO	MERЕК	NEGARA	TBI
1	Samsung	Korea Selatan	43.4%
2	Nokia	Finlandia	10.9%
3	Blackberry	Kanada	9.8%
4	Apple Iphone	Amerika Serikat	5.8%
5	Xiaomi	Cina	5.6%
6	Smartfren	Cina	5.4%
7	Lenovo	Cina	4.0%
8	Oppo	Cina	3.4%
9	Asus	Taiwan	3.2%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Selanjutnya dapat dilihat dari merek smartphone yang paling laku di Indonesia dari daftar tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Daftar merek smartphone paling laku di Indonesia

Rank	Indonesia Smartphone Shipments Shere%	2Q 2016
1	Samsung	22.0%
2	Oppo	17.3%
3	Asus	13.9%
4	Evercoss	6.4%
5	Smartfren	5.9%
	Others	34.5%
	Total	100.0%

Sumber: <http://www.pricebook.co.id>

Berdasarkan daftar diatas, Samsung memimpin dengan memegang 22% pangsa pasar di Indonesia. Sementara itu, OPPO naik ke peringkat kedua dengan pangsa pasar 17% pada kuartal kedua tahun 2016. Kuartal keempat tahun lalu, Asus berada di posisi puncak dalam memimpin pasar smartphone di Indonesia, menggeser Samsung dan OPPO. Sekarang, merek ini masuk posisi ketiga dengan memegang 13,9% pangsa pasar, disusul oleh Evercoss dan perangkat-perangkat smartphone dari Smartfren.

Dari data Top Brand award merek terbaik katagori Smartphone tahun 2016 adalah Samsung sebesar 43.4% berasal dari Negara Korea Selatan dan daftar merek smartphone paling laku di Indonesia adalah Samsung sebesar 22.0%.

Smartphone Samsung dapat dilihat dari data selalu menduduki sebagai top brend smartphone karena teknologi yang canggih, citra dan reputasi negaranya yang sudah terkenal dan baik, slalu mengeluarkan produk terbarunya dan tetap menjaga kualitas produk tersebut maka menjadi top brend.

Dari data tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tentang smartphone Samsung di Bandar Lampung karena konsumen banyak yang menggunakan Smartphone Samsung dengan berbagai tipe merek dengan perceived quality yang berbeda-beda karna smartphone Samsung selalu menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat bersaing dengan Kualitas Produk Smartphone lain di pangsa pasar di Bandar lampung.

Dari data pra survey peneliti di Bandar Lampung Maret 2017 produk smartphone memiliki kendala di daya tahan karna smartphone Samsung mudah rusak, layarnya mudah retak, baterai tidak tahan lama, Smartphone nya mudah panas dan memiliki kendala di kinerja produk karna ios selalu diminta diperbarui sehingga konsumen mengalami perceived quality yang buruk terhadap Produk Smartphone tersebut. Menurut dari data pra survey smartphone Samsung kualitas yang di persepsikan terhadap minat beli yaitu smartphone yang memiliki Kualitas yang baik, model elegan, reputasi dan citra negara asal baik tetapi mengalami kendala di fitur dan daya tahan produk. Selanjutnya untuk mengetahui minat beli konsumen dipengaruhi oleh perceived quality Smartphone Samsung karena menurut Kotler (2005) dalam I

Gusti et al., Alit et al., dan I Made et al., (2014:3609) mengungkapkan bahwa purchase intention adalah tujuan atau niat, dan kecenderungan konsumen untuk membeli merek yang paling disukainya.

Kualitas suatu produk dipersepsikan juga dari negara asal produksi produk smartphone samsung tersebut karna Country of origin adalah seluruh bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu berdasarkan persepsi konsumen sebelumnya akan kelebihan dan kekurangan produksi serta pemasaran negara tersebut menurut (Roth and Romeo, 1992 dalam Permana, 2013) dalam I Gusti et al., Alit et al., dan I Made et al., (2014:3608).

Dari data pra survey ada beberapa konsumen yang tidak mengetahui informasi lokasi produksi smartphone Samsung dihasilkan karena walaupun sudah dicantumkan suatu label Made in di produk tersebut konsumen tetap tidak mengetahui produk tersebut berasal dari mana, karena yang membentuk minat beli konsumen adalah negara asal produk tersebut, dapat dilihat dari inovasi negara dalam berproduksi, tingkat kemajuan teknologi negara asal merek, desain produk, kreativitas berproduksi, kualitas produksi, prestige atau gengsi yang dimiliki negara asal merek dan citra negara asal merek sebagai negara maju.

Konsumen akan berniat membeli suatu produk jika produk tersebut memiliki persepsi yang bagus di benak konsumen dan disukai konsumen karena niat beli konsumen timbul dari tertarik mencari informasi mengenai produk, mempertimbangkan untuk membeli, tertarik untuk mencoba, ingin mengetahui produk, dan hasil akhir konsumen ingin membeli produk.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *NEGARA ASAL* TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONESAMSUNG DI BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan penelitian ini adalah:

1. Apakah *Perceived Quality* berpengaruh terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung?
2. Apakah *Negara Asal* berpengaruh terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung?
3. Apakah *Perceived Quality* dan *Negara Asal* berpengaruh terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aktif smartphone Samsung di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *perceived quality* dan *negara asal* terhadap minat beli smartphone Samsung khususnya di Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen di Bandar Lampung, Lampung, Indonesia.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan 1 Desember 2016 dan diperkirakan berakhir bulan Januari 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran khususnya mengenai minat beli.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Negara Asal* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Quality* dan *Negara Asal* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, dan untuk belajar mengenai cara-cara penerapan teori yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan dan kenyataan yang dihadapi di lapangan serta pengetahuan penulis mengenai pengaruh *perceived quality* dan *negara asal* terhadap minat beli smartphone Samsung khususnya di Bandar Lampung.

1.5.2 Perusahaan

Untuk memberi masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan *perceived quality* dan meningkatkan negara asal smartphone Samsung agar konsumen tetap memilih produknya untuk jangka panjang.

1.5.3 Bagi Institusi

Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai referensi yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya terutama mengenai

pengaruh *perceived quality* dan *negara asal* terhadap minat beli smartphone Samsung di Bandar Lampung.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan suatu gambaran yang jelas dan terinci mengenai tiap-tiap bagian dalam skripsi ini diuraikan secara singkat sistematika yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan landasan teori tentang konsep dasar tentang *perceived quality* dan *negara asal* terhadap minat beli, Kerangka Pemikiran disertai dengan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis Penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi data, hasil uji persyaratan instrumen, hasil uji persyaratan analisis data, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan pembahasan tentang hasil yang telah diperoleh dan saran – saran yang memungkinkan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN