

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan hal yang sangat penting dalam era globalisasi sekarang ini. Teknologi sudah sangat maju, dalam perkembangannya ini, para perusahaan dalam bidang teknologi khususnya Ponsel saling berlomba lomba untuk mendapatkan posisi terdepan dalam penjualan produk dan menarik minat masyarakat sebagai konsumen agar bersedia dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya.

Kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk-produk sebelumnya, yang dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (handphone) atau smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis-jenis handphone atau smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka sehari-hari. Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan handphone atau smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada handphone atau smartphone Samsung.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Dilihat dari atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Ekspektasi konsumen akan suatu produk sangat tinggi khususnya pada produk seperti handphone dimana konsumen menginginkan handphone tingkat kecanggihan tinggi yang dapat membantu pekerjaan para penggunanya atau sekedar melakukan aktivitas sosialnya. Atribut Produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya (Fandy Tjiptono:1997). Atribut produk yang ditawarkan suatu perusahaan dapat menjadi faktor terhadap keputusan pembelian pada handphone atau smartphone, salah satunya pada merek handphone Samsung.

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor sosial seperti kelompok acuan yaitu kelompok yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku orang tersebut. Dari kelompok acuan tersebut, tidak jarang kalangan mahasiswa menjadikannya faktor keputusan pembelian seperti pada handphone atau smartphone. Hal ini disebabkan, biasanya mahasiswa membeli handphone atau smartphone berdasarkan kelompoknya dan juga semata-mata hanya untuk dapat mengimbangi pergaulan dirinya dengan kelompok acuannya.

Selain faktor sosial ada faktor pribadi yang berupa faktor usia dan tahap siklus hidup yaitu orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya, untuk usia kalangan mahasiswa saat ini, mereka lebih cenderung menggunakan atau mengganti-ganti suatu produk atau barang yang mereka gunakan, karena hal itu sesuai dengan usia mereka yang selalu ingin mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan seperti halnya kemajuan dalam dunia teknologi terutama dalam bidang komunikasi.

Meskipun usia serta kelompok acuan bisa dikatakan sebagai faktor dari perilaku konsumen akan tetapi pekerjaan dan lingkungan ekonomi juga dapat menjadi indikasi ketika seorang konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian atas suatu produk. Dilihat dari kalangan mahasiswa sendiri pola konsumsi mereka biasanya disesuaikan dengan

kubutuhannya sehari-hari baik dari pergaulan atau dari kebutuhan yang mendukung kegiatan mereka sebagai seorang mahasiswa. Kemudian dilihat dari lingkungan ekonominya seorang mahasiswa rata-rata belum memiliki penghasilan sendiri, namun masih menggandakan uang saku ataupun dari pemberian orang tua.

Gorontalo menjadi salah satu tujuan pemasaran produk-produk yang sudah canggih salah satunya yaitu Produk Samsung merupakan satu produk yang sangat menonjol dan sangat terkenal dalam dunia pemasaran dan penjualan produk, banyak produk pengikut yang harganya jauh lebih murah dari produk Samsung, namun produk tersebut belum tentu kualitasnya sama dengan Samsung. Samsung lebih unggul dalam ketahanan, kualitas, harga, dan model, tidak menutup kemungkinan juga produk pengikut sudah mulai menggandakan kualitas teknologi teknologi yang di tawarkannya pun bisa di katakan hampir sama dengan kualitas dari Ponsel Samsung dan dengan harga yang terjangkau.

Samsung mengunggulkan Desain dan teknologi yang mutakhir yang ditanamkan dalam ponselnya, Samsung tidak main-main dalam mengeluarkan produk ponselnya, produk yang di keluarkan sangatlah berkualitas dari para pengikut dan pesaingnya. Memang banyak ponsel pesaing Samsung yang di jual di pasaran sekarang sudah memiliki fitur yang hampir sama dengan Ponsel Samsung, namun tidak semua kecanggihan yang ada di Ponsel Samsung sama dengan Ponsel merek lain, untuk fitur aplikasi Ponsel Samsung memiliki fitur GPS yang bisa di

andalkan Keunggulan Dari GPS ini yaitu keakuratannya dalam memposisikan Daerah atau tempat dari pengguna Ponsel Samsung tersebut. Fitur ini yang tidak terdapat di Ponsel merek lain.

barang bisa diserap dipasaran secara optimal. Berikut data penjualan handphone Samsung 3 bulan terakhir di kota Gorontalo yang di dapat dari hasil wawancara antara peneliti dan pihak Samsung Center Di lihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1

Data Penjualan *Handphone* Samsung 3 Bulan Terakhir

NO	Type Handphone Paling Laris	Penjualan	
		Hari	Bulan
1	Samsung Galaxy A	15 Unit	450 Unit
2	Samsung Galaxy Prime	7 Unit	210 Unit
3	Samsung Type Lain (Galaxy Series)	18 Unit	540 Unit
			Total 3 Bulan Terakhir
			3600 Unit

(Sumber : Samsung Center. Gorontalo)

Berdasarkan data di atas dapat di jelaskan bahwa penjualan Samsung di gorontalo sangat banyak di lihat dari 3 bulan terakhir Samsung mampu menjual sebanyak 3600 Unit per 3 bulan, hal ini merupakan salah satu faktor pendukung untuk samsung memasarkan Produknya. Samsung terkenal dengan diferensiasi yang dimilikinya, Diferensiasi Samsung memang sangat unggul di banding dengan produk

lainya, Samsung mengandalkan diferensiasi yang mewah, hal ini dapat dilihat dari penjualan Ponsel Samsung, penjualan Samsung di Gorontalo seharusnya mampu menjual sekitar 40 Unit, dan dalam waktu sebulan Samsung dapat menjual produknya sebanyak 1200 Unit. Ini bukan jumlah yang kecil jika kita melihat dari apa yang Samsung perbuat terhadap produknya sehingga banyak memikat hari para konsumen untuk membeli produk Samsung tersebut

Jika dikaitkan dengan diferensiasi produk, hal ini jelas berpengaruh, terhadap keputusan pembelian, ini terbukti dengan penjualan Samsung yang begitu tinggi jika hanya di hitung dengan 3 bulan terakhir, banyak konsumen tertarik dengan apa yang Samsung berikan pada ponselnya, mulai dari kebutuhan kantor, hingga hiburan, Samsung memberikan kepuasan terhadap pemakainya. aplikasi yang begitu lengkap memberikan suatu kepuasan tersendiri bagi para pemakainya.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang terkandung dalam proposal penelitian ini adalah cara strategi diferensiasi Produk Ponsel Samsung dalam memuaskan para konsumennya, agar konsumennya tetap bertahan pada produk yang di berikan.

1.3 Rumusan Masalah

1. Tingginya ketergantungan konsumen terhadap sesuatu produk.
2. Apakah terdapat Pengaruh antara diferensiasi produk Samsung terhadap keputusan Pembelian

3. Rendahnya pemahaman calon konsumen terhadap aspek perilaku dalam pengambilan keputusan pembelian

1.4 Tujuan Penulisan

Untuk menganalisis pengaruh diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Ponsel Samsung

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan Proposal penelitian ini, kiranya agar pembaca bisa mengetahui cara dari strategi diferensiasi produk yang benar, agar konsumen tertarik dengan produk yang akan kita pasarkan, selain itu kiranya pembaca bisa memahami bagaimana perilaku konsumen di luar sana yang sikapnya sering berubah-ubah untuk memuaskan keinginannya.