

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman yang semakin berkembang secara tidak langsung menuntut kita untuk mengikuti perkembangan yang ada, begitu pula akan kebutuhan manusia. Kebutuhan yang tidak terbatas membuat manusia berfikir bagaimana cara menyelesaikan permasalahan tersebut untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya. Salah satunya ialah kebutuhan akan sarana telekomunikasi yang digunakan sebagai alat untuk manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya.

Telekomunikasi ialah sebuah alat untuk menyampaikan informasi dari satu tempat ke tempat lain, salah satu jenisnya ialah berupa *Smartphone*. *Smartphone* merupakan alat telekomunikasi yang sedang berkembang pesat saat ini. Perkembangan ini membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan produk *smartphone* yang canggih dan bervariasi dengan kelebihan masing-masing.¹

Indonesia merupakan salah satu pangsa pasar terbesar untuk penjualan *smartphone*, karena tingkat permintaan untuk kategori *smartphone* sangatlah tinggi.² Terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing dalam bisnis di Indonesia ini antara lain: Samsung, Oppo, Huawei, Apple, Xiaomi dan masih

¹<http://tabloidpalsa.co.id.2014>, di akses 20 Maret 2017

²<http://www.solopos.com>, di akses 19 maret 2017

banyak lagi. Keadaan seperti ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara para kompetitor pada usaha di bidang telekomunikasi.

Salah satu merek *smartphone* yang sudah mulai di kenal oleh masyarakat sejak tahun 2009 adalah Samsung.³ Merek *smartphone* Samsung mulai sukses dan tertinggi dalam penjualan pada tahun 2010. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan produk *smartphone* Samsung.

Tabel 1.1
Data Penjualan Smartphone Samsung Tahun 2015-2016

No	2015		2016	
	Merek	Market Share	Merek	Market Share
1	Samsung	24,5%	Samsung	24,2%
2	Apple	15,3%	Apple	10,3%
3	Huawei	8,2%	Huawei	5,2%
4	Oppo	5,5%	Oppo	2,2%
5	Vivo	4,3%	Vivo	1,9%
6	Others	42,3%	Others	47,6%
Total		100,0%		100,0%

Sumber: International Data Corporation (IDC), April 2016

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa volume penjualan *smartphone* Samsung mengalami peningkatan di tahun 2015. Namun pada tahun 2016 *smartphone* Samsung sedikit mengalami penurunan.⁴ Penurunan *market share* *smartphone* Samsung tidak lepas dari meningkatnya pesaing dari para produsen lainnya. *Market share* adalah salah satu indikator dari penilaian baik

³<https://www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/>, diakses 22 Maret 2017

⁴<https://gadgetren.com>, diakses 29 Mei 2017

atau tidaknya suatu merek dibenak konsumen yang nantinya sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen.⁵

Untuk mempengaruhi keputusan pembelian, produsen tidak bisa terlepas dari bauran pemasaran, yang terdiri dari harga, promosi, produk, dan tempat. Harga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada suatu produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.⁶

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasar berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.⁷

Pondok pesantren Salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri adalah salah satu pondok pesantren Salafiyyah yang berada di wilayah Kabupaten Kediri. Pondok ini terletak di Desa Kapurejo Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. Pondok pesantren Kapurejo mempunyai sebanyak 280 santri. Selain pondok

⁵ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas*, (Jakarta: PT INDEKS, 2009), 202

⁶ Kotler, Philip & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Duabelas Jilid 1*, (Jakarta: Indeks, 2007), 84

⁷Hutami Permata, “*Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY)*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negri Yogyakarta, 2016), 34.

salaffiyah, pondok tersebut mempunyai keunikan pada manajemennya yaitu pondok tersebut tidak menerapkan sistem promosi melalui media apapun. Pondok tersebut mempunyai santri dari luar kabupaten bahkan luar pulau jawa dengan jumlah 147 santri. Dengan seiring berkembangnya telekomunikasi yang semakin canggih membuat para santri mengikuti perkembangan tersebut, sehingga timbul keinginan para santri untuk melakukan pembelian sebuah *smartphone*. Berdasarkan observasi awal diperoleh data, sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Merek *Smartphone* Samsung Pada Santri Ponpes Salaffiyah Kapurejo Kediri

No	Merek	Responden
1	Samsung	109
2	Oppo	20
3	smartFreen	41
4	Lenovo	73
5	Nokia	12
6	Huawei	9
7	Xiaomi	16
Jumlah		280

Sumber: data berdasarkan observasi awal

Berdasarkan table 1.2 di atas diketahui bahwa 280 santri. Yang menggunakan Samsung sebanyak 109 santri, Oppo sebanyak 20 santri, Smartfren sebanyak 41 santri, Lenovo sebanyak 73 santri, Nokia sebanyak 12 santri, huawei sebanyak 9 santri dan xiaomi 16 santri. Jadi terlihat bahwa penggunaan Samsung yang terbanyak.

Tabel1.3
Tipe *Smartphone* Samsung Second Santri Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri

No.	Tipe <i>Smartphone</i> Samsung
1	Samsung Galaxy Grand Neo
2	Samsung Galaxy Y Neo Duos
3	Samsung Galaxy Fame
4	Samsung Galaxy J1 mini

Tabel1.4
Distribusi Alasan Keputusan Pembelian *Smartphone*

No	Faktor	Jumlah
1	Harga	11
2	Merek	9
3	Fasilitas	6
4	Kualitas	4

Sumber data: berdasarkan observasi awal

Berdasarkan tabel 1.3 di atas diketahui bahwa terdapat distribusialasan keputusan pembelian. Distribusi alasan tersebut yaitu: faktor harga, faktor merek, faktor fasilitas dan faktor kualitas. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana harga *smartphone* Samsung menurut santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga *smartphone* Samsung menurut santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga *smartphone* Samsung pada santri pondok pesantren salaffiyah Kapurejo Pagu Kediri

D. Kegunaan Penelitian

Mengenai manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang harga dan keputusan pembelian agar dapat memperdalam ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
2. Bagi perusahaan *smartphone* Samsung, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sarana informasi tambahan. Dan dapat sebagai bahan

pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih memahami sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

3. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat memberi pengetahuan bagi masyarakat agar memperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian *smartphone*.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.⁸ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Alternatif (H_a) dari penelitian ini adalah “ Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung (studi kasus santri pondok pesantren salafiyah Kapurejo Pagu Kediri)”.
2. Hipotesis Nol (H_0) dari penelitian ini adalah “Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung (studi kasus santri pondok pesantren salafiyah Kapurejo Pagu Kediri)”.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian berfungsi untuk menghindari persoalan yang diteliti tidak meluas dan fokus penelitian menjadi jelas. Maka peneliti menetapkan ruang lingkup sebagai berikut :

1. Produk *smartphone* samsung dimaksudkan peneliti memfokuskan pada produk *smartphone* samsung *second* saja.

⁸ Sumadi Suryabrata, Metodologi Penelitian, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), 69.

2. Subyek penelitian, yaitu santri Pondok Pesantren Salafiyah Kapurejo Pagu Kediri.

G. Telaah Pustaka

1. Skripsi yang ditulis oleh Hutami Permita Sari yang berjudul “Pengaruh citra merek, fitur dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen *smartphone* Xiaomi di DIY), 2016. Skripsi yang ditulis oleh penulis tersebut bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, (2) pengaruh fitur terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, (3) pengaruh citra merek, fitur dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Peneliti menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas yaitu sama-sama mencari tahu bagaimana keputusan pembelian *smartphone*.

Sedangkan perbedaannya yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti hanya mencari tahu bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Sedangkan skripsi Hutami Permita Sari ingin mencari tahu bagaimana pengaruh citra merek, fitur dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone*. (2) produk dari skripsi yang akan diteliti yaitu harga *smartphone* Samsung. Sedangkan produk dari skripsi

Hutami Permita Sari yaitu merek *smartphone* Xiaomi. (3) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu santri Pondok Pesantren salafiyah Kapurejo Pagu Kediri, sedangkan skripsi Hutami Permita Sari lokasi yang diteliti yaitu Konsumen *smartphone* Xiaomi di DIY.

2. Skripsi yang ditulis oleh Ilza Ajrin Adzani yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Samsung Galaxy Young S6310 (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta), 2015. Skripsi yang ditulis oleh penulis tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel random sampling sebagai teknik pengambilannya. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu: sama-sama ingin mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk.

Perbedaan skripsi di atas dengan skripsi ini yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti hanya mencari tahu bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan skripsi yang diteliti oleh Ilza Ajrin Adzani menaritahu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu santri Pondok Pesantren Salafiyah Kapurejo Pagu Kediri, sedangkan lokasi

yang di teliti oleh Ilza Ajrin Adzani yaitu Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Skripsi yang ditulis oleh Kurnia Akbar yang berjudul: “Analisis Pengaruh Harga, Brand Image Dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro), 2013. Skripsi yang ditulis oleh penulis tersebut bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Penulis menggunakan analisis regresi berganda. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu: sama-sama ingin mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti hanya mencari tahu bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan skripsi yang diteliti oleh Kurnia Akbar mencaritahu pengaruh harga, brand image dan atribut produk terhadap keputusan pembelian, (2) lokasi penelitian yang akan diteliti yaitu di pondok pesantren salafiyah Kapurejo Pegu Kediri, sedangkan penelitian Kurnia Akbar berlokasi di Universitas Dioponegoro.