

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang pesat, perkembangan informasi era digital kian bergeser menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang. Hampir semua individu menginginkan pemberitaan terbaru mengenai dunia politik, ekonomi, sosial, budaya, olahraga, bahkan tentang rekan-rekan atau sahabat-sahabatnya. Kebutuhan untuk memperbarui informasi ini mendorong setiap orang untuk menggunakan *gadget* berteknologi tinggi yang mampu menyediakan fitur-fitur unggulan sebagai pintu kemana saja untuk memantau perkembangan dunia, serta kabar-kabar penting lainnya dengan kepentingan yang bervariasi.

Perkembangan yang terjadi terhadap telepon genggam juga semakin mempermudah komunikasi melalui sosial media maupun internet. Hanya dari sebuah handphone, penggunaannya bisa mendapatkan begitu banyak informasi secara singkat. *Smartphone* merupakan sebutan untuk handphone canggih yang dapat berfungsi hampir sama dengan sebuah Komputer jinjing atau *laptop*, namun berukuran jauh lebih kecil. Bila dilihat dari sudut pandang ini, kemajuan teknologi memberikan kesempatan untuk hidup secara lebih mudah. Hal tersebut merupakan kemudahan untuk mendapatkan atau juga menyebarkan informasi yang diinginkan.

Beberapa kalangan masyarakat di Indonesia dalam memutuskan menggunakan suatu produk lebih mengutamakan atribut produk daripada nilai guna produk dan tingkat kebutuhan masyarakat itu sendiri. Hal ini disebabkan karena masyarakat memiliki nilai dan rasa percaya diri yang tinggi jika menggunakan produk-produk yang memiliki atribut produk yang baik dan menarik. Atribut Produk memiliki beberapa unsur yaitu kualitas produk, fitur, desain dan kemasan (Kotler dan Armstrong, 2004: 347)

Samsung Electronics merupakan perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di dunia. Samsung Electronics berkantor pusat di Seocho

Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Perusahaan ini adalah perusahaan Korea Selatan yang terbesar dan merupakan ikon dari Samsung Group, yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Samsung Electronics adalah pemimpin pangsa pasar di dunia untuk lebih dari 60 produk. Samsung Galaxy adalah seri dari perangkat yang dirancang berbasis Android, diproduksi dan dipasarkan oleh Samsung Electronics.

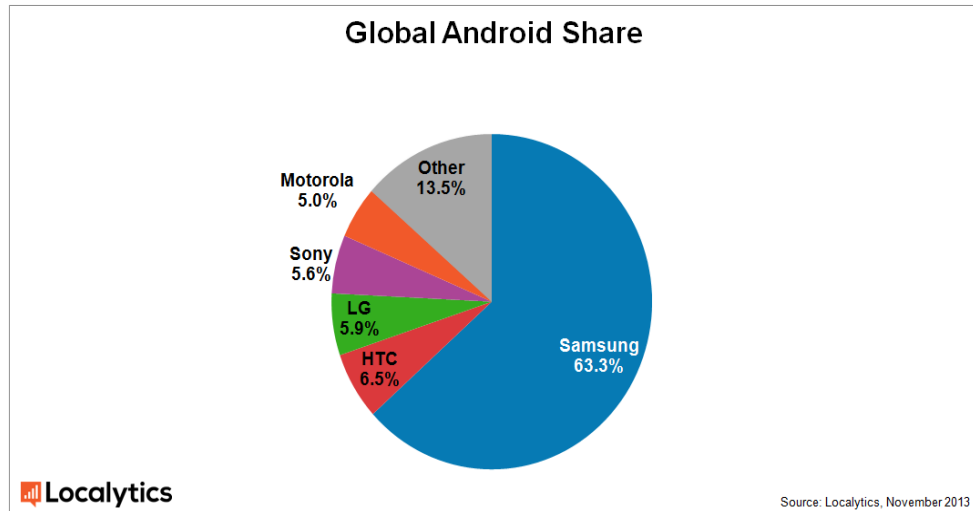
**Tabel 1**

**Tabel Jenis dan Merk Produk Samsung Galaxy**

No.	Jenis Produk	Merk Produk
1.	Smartphone	Galaxy Ace, Galaxy Apollo, Galaxy camera, Galaxy Ch@t, Galaxy Core, Galaxy express, Galaxy Fame, Galaxy golden, Galaxy Light, Galaxy Mini, Galaxy Pocket, Galaxy Prevail, Galaxy Star, Galaxy S, Galaxy Trend, Galaxy Wonder, Galaxy Y.
2.	Phablet	Galaxy Grand, Galaxy Mega, Galaxy Note.
3.	Tablet	Galaxy Tab, Galaxy Tab Lite, Galaxy Tab Pro

Sumber: <http://www.tabloidpalsa.co.id/phones/samsung>, 08-03-2014

**Gambar 1**  
**Data Penjualan Android Dunia**



Sumber: <http://www.localytics.com/blog/2013/foablets-and-phablets-samsung-has-share-of-android-mobile-devices/>, 08-03-2014

Berdasarkan data dari Localytics bulan November lalu, menunjukkan bahwa produk Samsung telah memiliki pangsa pasar yang mencapai 63% dari semua produk android (termasuk tablet) yang beredar dipasaran. Dengan angka ini, menjadikan Samsung hampir memiliki 2 kali lipat pangsa pasar dari semua produsen *smartphone*.

SMA Negeri 5 Palembang, merupakan salah satu Sekolah Menengah Atas Negeri yang ada di Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia dan menjadi salah satu SMA unggulan di Kota Palembang. SMA Negeri 5 Palembang memiliki 24 rombongan belajar dengan jumlah siswa 676 siswa. Sebanyak 236 Siswa SMA Negeri 5 Palembang telah menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy. Berdasarkan informasi dan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang, **”Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* (Studi Kasus pada Siswa SMA Negeri 5 Palembang)”** .

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu: Apakah atribut produk yang terdiri dari mutu, fitur dan desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Galaxy pada siswa-siswi SMA Negeri 5 Palembang ?

## 1.3 Ruang Lingkup

Agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy pada siswa-siswi SMA Negeri 5 Palembang.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

### 1.4.1 Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui apakah atribut produk yang terdiri dari mutu, fitur dan desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung Galaxy (studi kasus pada siswa SMA Negeri 5 Palembang)

### 1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang atribut produk dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menyusun dan menetapkan strategi pemasaran agar mendapatkan hasil yang lebih optimal.

### 3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lain yang berkepentingan untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan rancangan sebab akibat yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu atribut produk, serta variabel dependen (Y) adalah variabel yang diukur melalui keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada siswa SMA Negeri 5 Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy dengan jumlah populasi sebanyak 236 siswa dan sampel yang diambil adalah sebanyak 70 siswa.

### 1.5.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007:72). Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari semua siswa atau siswi SMA Negeri 5 Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy yaitu berjumlah 236 siswa. Populasi ini terdiri dari 86 siswa kelas X, 83 siswa kelas XI, dan 67 siswa kelas XII.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2007:73). Penulis telah mengetahui jumlah populasi siswa pengguna *smartphone* Samsung Galaxy di SMA Negeri 5 Palembang yaitu sebanyak 234 siswa melalui penyebaran

*form pretesting*. Maka, penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf Kesalahan

Dik:

N (Jumlah Populasi) = 236

e = 10%

Dit: n (Sampel)

Jawab:

$$n = \frac{236}{1 + 236(0,1)^2}$$

$$n = 70,24 \text{ (70 Responden)}$$

Jadi, berdasarkan perhitungan sampel diatas, maka sampel yang akan diambil adalah sebanyak 70 responden dari 236 populasi siswa yang menggunakan smartphone samsung Galaxy di SMA Negeri 5 Palembang.

### 3. Teknik sampling

Menurut Yusi dan Idris (2009:64), teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dari penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah Teknik Sampling Non Probabilita (*Non Probability Sampling*) dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, menurut Sugiyono (2013:122)

*Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini penulis hanya memilih siswa yang menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy sebagai responden.

### **1.5.3 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), cara memperoleh data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data skunder.

#### **1. Data Primer**

Data yang diperoleh hasil penelitian secara langsung, data yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu Atribut Produk (Mutu Produk, Fitur Produk, Desain Produk) dan keputusan Pembelian.

#### **2. Data Sekunder**

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan laporan akhir, penulis membaca literatur-literatur Manajemen Pemasaran serta buku-buku yang berhubungan dengan laporan akhir penulis.

### **1.5.4 Metode pengumpulan data**

Penulis melakukan berbagai macam metode pengumpulan data, agar mendapatkan data-data yang diperlukan guna penulisan laporan ini. Ada beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu: Metode pengumpulan data yang digunakan dalam mendapatkan data dan informasi penulisan penelitian ini adalah:

#### **1. Riset Lapangan (*Field Research*)**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ialah dengan membagikan angket atau kuesioner. Penulis mengumpulkan data dengan membagi daftar pertanyaan yang harus dijawab kepada siswa-siswi pengguna Samsung Galaxy pada SMA Negeri 5 Palembang, guna memperoleh data dan informasi mengenai

pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mempelajari buku-buku dan referensi yang lain untuk mendapatkan keterangan yang berhubungan dengan masalah, agar dapat membandingkan antara teori dengan prakteknya di lapangan. Data yang dikumpulkan dari hasil riset kepustakaan ini berbentuk data sekunder yang merupakan data pendukung.

### 1.5.5 Metode Analisis data

Pembahasan yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah dengan menggunakan metode sebagai berikut:

#### 1.5.5.1 Metode Kualitatif

Penulis menggunakan teori-teori tentang manajemen pemasaran khususnya atribut produk dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa sesuai dengan masalah yang penulis bahas

#### 1.5.5.2 Metode Kuantitatif

Penulis memperoleh data yang dapat dinyatakan dalam angka sebagai hasil dari kuesioner yang dapat ditunjukkan melalui jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan sebelumnya oleh penulis. Pengolahan data digunakan SPSS versi 20 dengan analisa sebagai berikut:

### 1. Regresi Sederhana

Penulis menggunakan persamaan regresi sederhana untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (*independen*) yaitu atribut produk mempengaruhi variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy pada siswa (studi kasus SMA Negeri 5 Palembang). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut



produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy menggunakan rumus regresi sederhana sebagai berikut (Sugiyono, 2007:237):

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian  
 a : Konstanta  
 b : Koefisien Regresi  
 X : Faktor-faktor psikologis  
 e : Standar Error

## 2. Skala Pengukuran

Penulis akan menggunakan skala likert dalam pengukuran kuesioner. Penilaian kuesioner dilakukan dengan memberikan bobot nilai pada masing-masing jawaban pertanyaan. Adapun bobot nilai pada masing-masing jawaban dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Pengukuran skala *likert***

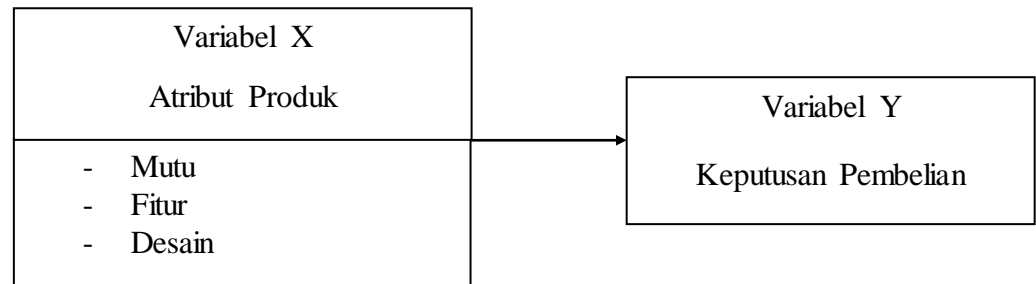
Pernyataan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	RS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber: *Metode penelitian Bisnis* (Sugiyono: 2007)**

Variabel penelitian dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel terikat Y (dependen) = Keputusan pembelian *smartphone Samsung Galaxy*.
2. Variabel bebas X (independen) = Pengaruh atribut produk yang terdiri dari mutu produk, fitur produk, dan desain produk Keputusan pembelian *smartphone Samsung Galaxy*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Agar mengetahui lebih jelas mengenai kedua variabel tersebut, maka penulis menuliskan kerangka konseptual pada bagan berikut:



**Gambar 1.2 Kerangka Konseptual**

## 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir ini secara ringkas dan jelas, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab akan dibagi beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan
  - 1.4.1 Tujuan Penulisan
  - 1.4.2 Manfaat Penulisan
- 1.5 Metodologi Penelitian
  - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
  - 1.5.2 Populasi dan Sampel
  - 1.5.3 Jenis dan Sumber Data
  - 1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

1.5.5 Analisis Data

1.6 Sistematika Penulisan

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen

2.2 Pengertian Produk

2.3 Pengertian Atribut Produk

2.4 Karakteristik Produk

2.5 Pengertian Keputusan Pembelian

2.6 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

**BAB III GAMBARAN UMUM**

3.1 Sejarah Perusahaan Samsung

3.2 Perkembangan Smartphone Samsung Galaxy

3.3 Visi dan Misi Perusahaan Samsung

3.4 Profil Responden

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

4.2 Pengaruh Atribut Produk terhadap pengambilan Keputusan

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN