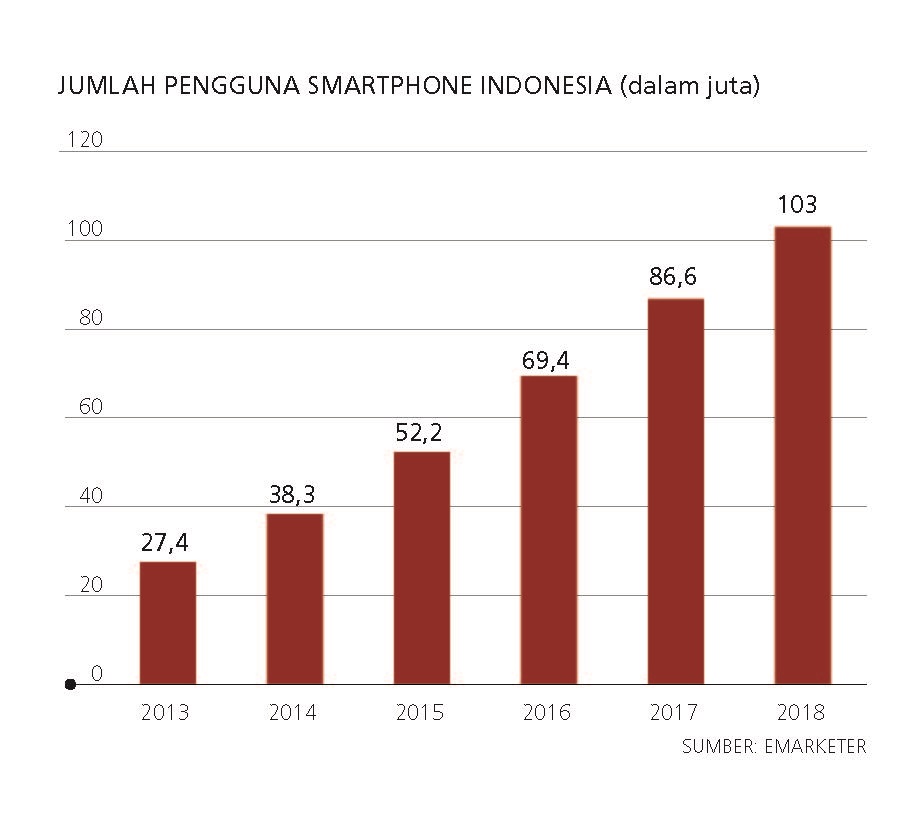
**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang** Perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna smartphone yang terus meningkat. Smartphone adalah telepon yang memiliki kemampuan seperti komputer, biasanya memiliki layar yang besar dan sistem operasinya mampu menjalankan tujuan aplikasi-aplikasi yang umum. Smartphone adalah telepon yang menyatukan kemampuan-kemampuan terdepan; ini merupakan bentuk kemampuan dari Wireless Mobile Device (WMD) yang dapat berfungsi seperti sebuah komputer dengan menawarkan fitur-fitur seperti personal digital assistant (PDA), akses internet, email, dan Global Positioning System (GPS). Smartphone juga memiliki fungsi-fungsi lainnya seperti kamera, video, dan MP3 players.

Dengan kata lain, smartphone dapat dikategorikan sebagai mini-komputer yang memiliki banyak fungsi dan penggunanya dapat menggunakannya kapanpun dan dimanapun. Di negara-negara maju dan yang sedang berkembang, banyak orang telah mengadopsi penggunaan telepon seluler dalam proses pembelajaran. Banyak peneliti yang telah mengidentifikasi tentang penggunaan teknologi salah satunya para mahasiswa, termasuk penggunaan smartphone. Saat ini smartphone tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Sumber: EMARKETER 2017

**Gambar 1.1.**

**Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia**

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pengguna smartphone dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada tahun 2016 pengguna smartphone di Indonesia mencapai 69.4 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2015 yaitu 52,2 juta dan hal tersebut diprediksi akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang. Menurut data Emarketer, seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat modern, Indonesia kini telah menduduki peringkat kelima sebagai pengguna smartphone terbanyak di dunia (http://databoks.katadata.co.id).

Masyarakat kita sangat haus akan browsing, chatting, bermain game, memutar video dan juga untuk bekerja serta belajar dengan menggunakan tablet atau smartphone. Internet juga sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu, karena dengan adanya internet, manusia memiliki banyak informasi. Internet juga bermanfaat untuk berbisnis, politik, ekonomi, dan bersosialisasi. Melalui internet banyak sarana yang menyediakan berbagai informasi, misalnya e-mail, e-learning, e-business, e-book, e-library, dan masih banyak lagi (kompasiana.com).

Munculnya perilaku masyarakat tersebut membuat permintaan akan smartphone pun meningkat pesat. Meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap smartphone menarik minat perusahaan-perusahaan di Indonesia maupun perusahaan-perusahaan asing untuk berlomba memenuhi permintaan konsumen, karena tentunya banyak perusahaan yang tidak ingin melewatkan kesempatan emas untuk mengambil keuntungan yang bisa dibilang tidak sedikit (koran-jakarta.com).

Oleh karena itu, setiap perusahaan akan bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda. Produsen smartphone ini tentunya memiliki keunggulan masing- masing dan semuanya bersaing dalam merebutkan pasar konsumen melalui berbagai macam terobosan dan inovasi. Inovasi ini terlihat pula pada proses pemasaran, yaitu dalam hal pengembangan produk .

Indonesia merupakan salah satu calon pasar terbesar untuk penjualan smartphone, karena tingkat permintaan untuk kategori smartphone sangatlah tinggi. Terdapat beberapa merek smartphone yang bersaing dalam bisnis ini di Indonesia antara lain: Samsung, Apple, Huawei, Xiaomi, Lenovo dan masih banyak lagi. Keadaan seperti ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara para kompetitor pada usaha di bidang telekomunikasi. (solopos.com)

Samsung Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang elektronik terbesar didunia yang berasal dari Negara Korea selatan. Salah satu anak perusahaan Samsung Group adalah Samsung Electronics Co., Ltd yang memfokuskan proses bisnis pada produksi, pengembangan, dan pemasaran alat-alat elektronik yang terbagi dalam sub-sub seperti Komputer/Printer yang mencakup Mobile Computing/Smartphone, Monitor, Printer. Kemudian TV/Audio & Video yang mencakup TV, Sound System, Speaker. Selanjutnya Home Appliance yang mencakup Mesin Cuci, Lemari Es, AC, Air Purifier, Microwave. Kemudian Digital Camera yang mencakup NX Series, Galaxy Camera, Smart Compact.

Produk utama andalan Samsung adalah Smartphone. Sampai saat ini Samsung menjadi salah satu Merek terbesar di Dunia dengan mengeluarkan smartphone yang menjadi jawara dalam persaingan bursa pasar gadget. Salah satunya adalah Samsung Galaxy. Tentunya variasi dari Smartphone tersebut relatif dapat mempengaruhi seseorang dalam proses keputusan pembelian. Suatu proses inovasi pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan sangat penting dan wajib dilakukan oleh perusahaan yang ingin mempertahankan daya saingannya.

Perusahaan Samsung didirikan untuk hidup berkembang dan selalu memberikan inovasi melalui produk utamanya yaitu Smartphone yang dianggap paling diminati konsumen. Awal mula kemunculan Seri smartphone Samsung yang membuat konsumen sangat terpengaruh akan ciri khas nya adalah kemunculan Samsung Galaxy Seri S. Kemudian seiring berkembangnya waktu dihadirkanlah Seri-seri terbaru seperti Galaxy Seri Note, Seri A dan Seri J.

Dari sekian banyak produk smartphone, awalnya pada masa itu Smartphone Samsunglah yang terlihat sangat cepat berkembang. Tetapi hal tersebut tidak berlaku untuk Sekarang ini dikarenakan banyaknya Smartphone baru dari para kompetitor yang bermunculan seperti Oppo, Vivo, Lenovo, Xiaomi dan lainnya sehingga persaingan dalam Dunia Smartphone pun semakin tinggi. (merdeka.com/mancanegara/s/samsung)

Lembaga Analis Gartner Inc, baru-baru ini merilis Laporan Market share Smartphone Global secara keseluruhan pada Tahun 2016 (Q1-Q4 2016). Laporan tersebut memuat informasi mengenai data penjualan Smartphone global secara keseluruhan pada tahun 2016 yang berjumlah sekitar 1,496 milyar unit, meningkat sebanyak 5% dibanding pada tahun 2015 yang berjumlah 1,424 milyar unit.

Sebelumnya Pada tahun 2015 Samsung mengamankan posisi penjualan smartphone global No. 1 dengan market share dan penjualan produk sebesar 22,5% dengan 321 juta unit, selisihnya cukup tinggi dengan Apple yang hanya meraih sebesar 15,9% dengan 226 juta unit, kemudian Huawei 7,3% dengan 105 juta unit, terakhir Oppo 2,8% dengan 40 juta unit.

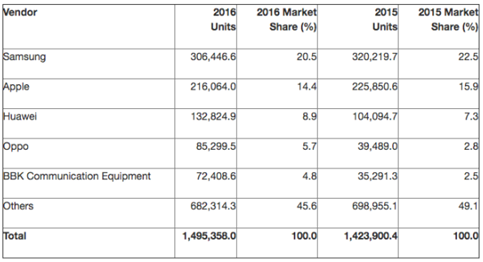
Sedangkan yang terkini yaitu pada tahun 2016 Samsung memperoleh market share dan penjualan produk sebesar 20,5% (menurun 2%) dengan 307 juta unit (menurun 14 juta unit) dan Apple sekitar 15,9% (menurun 1,5%) dengan 216 juta unit (menurun 10 juta unit) berbanding terbalik dengan kompetitor lainnya yang mengalami peningkatan market share dan penjualan produk secara signifikan seperti Huawei 8,9% (meningkat 1,3%) dengan 133 juta unit (meningkat 28 juta unit) dan Oppo 5,7% (meningkat 2,9%) dengan 86 juta unit (meningkat 46 juta unit).

Ada beberapa faktor yang mengakibatkan penjualan produk Smartphone Samsung menurun yaitu faktor meledaknya beberapa Smartphone pada Seri Note, Seri S, Seri A, dan terutama pada Seri J dan turunnya pemasokan di Amerika Utara dan Eropa Barat, Asia tenggara, Australia dan Korea Selatan sendiri yang kemudian berdampak pada menurunnya performa Samsung di tahun 2016.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui bahwa telah terjadi penurunan market share dan penurunan penjualan produk Smartphone yang dialami oleh Samsung dan Apple. Kemudian Peneliti memilih Perusahaan Samsung sebagai Objek penelitian terutama pada produk Smartphone nya dikarenakan penurunan market share dan penurunan penjualan produknya lebih besar dibanding Apple. Hal tersebut dapat kita Lihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**

**Market share dan Penjualan produk keseluruhan Smartphone Global 2016**

Sumber: <http://www.gartner.com/newsroom/id/3609817>, Februari 2017

Dari segi harga berbagai Seri Smartphone Samsung dibawah ini dapat terlihat bahwa pada Seri galaxy J ini memiliki kisaran harga yang paling murah diantara Seri Smartphone Samsung lainnya. Hal tersebut dapat kita Lihat pada tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2**

**Daftar Harga Seri Smartphone Samsung**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Seri Smartphone Samsung** | **Harga** |
| 1 | Samsung Seri Galaxy J | Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 |
| 2 | Samsung Seri Galaxy A | Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 |
| 3 | Samsung Seri Galaxy S | Rp. 6.000.000 – Rp. 10.000.000 |
| 4 | Samsung Seri Galaxy Note | Rp. 5.000.000 – Rp. 13.000.000 |

Sumber: <http://www.informasisamsung.com>, November 2017

Harga yang murah tentu saja harus diikuti dengan Fitur produk yang baik. Pada Smartphone Samsung Seri Galaxy J hal tersebut tidak berlaku lagi. Meskipun memiliki harga yang paling murah diantara seri lainnya tetapi Fitur produk yang terkandung dalam perangkat Smartphone nya termasuk biasa saja, bahkan dengan kisaran harga Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000 masih banyak pilihan produk Smartphone sejenis dari para kompetitornya yang menyediakan Fitur produk lebih lengkap dan variatif dengan kisaran harga yang lebih murah dibandingkan Smartphone Samsung Seri Galaxy J yang diklaim oleh Samsung itu sendiri cocok bagi kalangan muda contohnya seperti para Mahasiswa/i.

Diantara brand lainnya, Samsung disebut-sebut mengalami penurunan penjualan lebih cepat ketimbang brand lainnya. Dari pantauan Selular.id di pusat penjualan ITC Roxy Mas Jakarta, Samsung Galaxy J1 Ace dan Samsung Galaxy J5 2016 mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Fauzia karyawan Panel Cell ITC Roxy mas pun mengatakan hal yang tidak berbeda jauh, menurutnya banyak konsumen yang sudah jarang mencari J1 Ace, sebagai distributor biasanya permintaan toko akan seri tersebut mencapai puluhan unit perharinya, sekarang sudah berkurang. Namun seberapa banyak penurunannya, Fauzia tidak dapat menyebutkan secara pasti. Karyawan distributor tersebut menyatakan penurunan penjualannya itu mungkin disebabkan karena banyak pilihan di rentang harga dibawah Rp1,5 jutaan untuk ponsel 4G jadi konsumen memiliki banyak pilihan dari Brand Smartphone lainnya (https://selular.id/)

Pada tahun 2015 salah satu andalan smartphone Samsung yaitu Galaxy J5 meledak saat di charger oleh seorang wanita di Prancis dan menghanguskan sebagian ruangan kamarnya. Kemudian pada tahun 2016 Samsung Galaxy J7 meledak ditangan seorang balita asal Pakistan ketika sedang memainkan game My Talking Tom. Fitur dalam pengaturan baterai Smartphone Samsung menjadi perhatian khusus dikarenakan belum bisa membuktikan fungsinya dengan baik. Hal ini mungkin menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan smartphone Samsung di Indonesia, seperti yang dilansir dalam sebuah artikel online. (http://tekno.liputan6.com/) Banyak pengguna Smartphone Samsung yang mengeluhkan pada desain yang tidak sesuai masih kalah bersaing dengan desain dari produk berbasis IOS seperti Apple iPhone, yang terlihat mewah dan elegan. Dan banyak pengguna yang menjawab fitur yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh smartphone Samsung. Ada juga yang menjawab bahwa Samsung menawarkan fitur dan teknologi yang sama dengan smartphone lain dari cina, tetapi harga Samsung yang lebih mahal. Alasan lain yaitu smartphone Samsung cepat panas pada saat sedang digunakan dan baterai cepat habis. Banyak pengguna lama dan baru lebih menggunakan produk android lain dan IOS. ([www.techno.id](http://www.techno.id)) Salah satu ukuran keberhasilan dalam pemasaran adalah kemampuan suatu produk untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar (Kotler dan Keller, 2012). Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk mengunakan variabel Proses keputusan pembelian sebagai salah satu variabel penelitian. Melihat penyebab Fenomena-fenomena yang terjadi kali ini peneliti melakukan Pra survei kepada 30 orang Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Pasundan yang tujuanya untuk mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi peroses keputusan pembelian terhadap Smartphone Samsung bisa dilihat dari tabel 1.3 dibawah ini yang menunjukan ada beberapa Faktor yang menyebabkan turunya proses keputusan pembelian konsumen.

**Tabel 1.3**

**Hasil Data Penelitian Pra Survei terkait rendahnya Proses Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Survei dilakukan pada Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Bauran Pemasaran | Pernyataan | Jawaban | | | | | Total |
| SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Produk | Smartphone Samsung memiliki daya tahan kuat | 6 | 8 | 9 | 4 | 3 | 30 |
| Smartphone Samsung memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan yang ada | 3 | 5 | 4 | **12** | 6 | 30 |
| Smartphone Samsung memiliki desain produk yang baik | 8 | 9 | 8 | 5 | 0 | 30 |
| 2 | Harga | Harga Smartphone Samsung terjangkau | 1 | 3 | 5 | 8 | **13** | 30 |
| Harga Smartphone Samsung lebih murah dibanding merek lainnya | 2 | 4 | 7 | 10 | 7 | 30 |
| Harga yang ditawarkan Smartphone Samsung sesuai dengan kualitas | 3 | 5 | 8 | 6 | 8 | 30 |
| Harga yang ditawarkan Smartphone Samsung memiliki kesesuaian dengan manfaat produk yang anda butuhkan | 7 | 9 | 7 | 5 | 2 | 30 |
| 3 | Promosi | Iklan di Media cetak dengan visual menarik perhatian | 8 | 12 | 6 | 4 | 0 | 30 |
| 4 | Lokasi | Toko Smartphone Samsung mudah diakses | 13 | 8 | 5 | 2 | 2 | 30 |
| 5 | Citra merek | Citra merek Samsung baik | 15 | 9 | 4 | 2 | 0 | 30 |
| Pengetahuan anda tentang Smartphone Samsung | 10 | 8 | 5 | 4 | 3 | 30 |

Sumber: Olah data oleh Peneliti, September 2017

Dari hasil Pra Survei pada Tabel 1.3 menunjukan bahwa yang mempengaruhi rendahnya Proses keputusan pembelian Smartphone Samsung di Jurusan Manajemen Pasundan Bandung. Dilihat dari tabel diatas, maka dapat terlihat bahwa ada masalah dalam Fitur produk Smartphone Samsung yang sepertinya kurang merebut perhatian konsumen. Hasil pra survei menyatakan bahwa ada 12 atau sekitar 40% responden menjawab TS (Tidak setuju) dikarenakan produk yang dihasilkan Smartphone Samsung tidak memliki Fitur atau kurang memfasilitasi aplikasi yang dibutuhkan dari dasar system yang disediakan untuk memenuhi suatu kebutuhan konsumen. Ini menunjukan bahwa kualitas produk terutama pada dimensi Fitur produk atau karakteristik sekunder pada Smartphone Samsung masih kurang dan belum bisa memenuhi suatu kebutuhan pada calon pelangganya. Hasil pra survei lainnya pun terkait dengan Harga terutama pada indikator Keterjangkauan harga menyatakan bahwa ada 13 atau sekitar 43% responden yang menjawab STS (Sangat tidak setuju) dikarenakan harga Smartphone Samsung bagi mereka belum sesuai dengan keuntungan produk yang didapatkan, hal ini disebabkan karena harga Smartphone Samsung yang tergolong tinggi bagi sebagian kalangan terutama pada mahasiswa/i secara umumnya. Dari proses pengambilan keputusan pembelian konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa pembelian diawali dengan suatu pengenalan konsumen akan suatu kebutuhan dari keinginan terhadap suatu produk yang kemudian dilanjutkan dengan suatu pencarian terhadap informasi yang tersedia atau disediakan oleh perusahaan setelah itu konsumen mendapatkan beberapa pilihan dan mengevaluasi setiap alternatif dalam evaluasi tersebut terdapat beberapa pertimbangan diantaranya harga dan fitur setelah konsumen menggunakan produknya. Pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan maka dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Buchari Alma (2013:169) mendefinisikan Harga (price) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga yang salah atas suatu produk juga 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. Dalam hal ini harga smartphone Samsung lebih mahal dibanding dengan kompetitornya yang lain. Smartphone yang memiliki fitur lengkap membuat setiap orang sangat bergantung pada ponselnya dimanapun mereka berada, seperti aplikasi media gambar, pemutar musik, browser, twitter, facebook, media translator dan lain sebagainya. Menurut Fandy Tjiptono (2012:25) mengungkapkan, bahwa Fitur adalah salah satu dari delapan dimensi kualitas produk. Fitur-fitur dalam smartphone itulah yang akan mampu menciptakan tingkatan yang lebih tinggi bagi produk di mata konsumen. Tidak hanya fitur atau aplikasi yang terdapat dalam smartphone saja, tetapi tampilan luar juga sangat diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Sebuah proses keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhan terhadap suatu produk. Perusahaan dalam menciptakan suatu produk khususnya alat komunikasi yaitu smartphone harus memperhatikan fitur-fitur atau layanan yang dapat mempermudah konsumen dalam mempergunakanya. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen juga tidak terlepas dari faktor Harga dari produk tersebut. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu harga sangat ditentukan oleh keterjangkauannya, sesuai dengan kualitas yang diberikan serta sesuai dengan manfaat yang diberikan dengan kata lain Harga adalah suatu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli sebuah produk. Konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan Harga yang terjangkau akan memberikan tingkat efisiensi yang tinggi dan Fitur produk haruslah sebanding. Menurut penelitian Yitzhak Armando Laheba, Willem J.F. Alfa Tumbuan, Djurwati Soepeno (2015) Menyatakan bahwa adanya pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama terhadap Keputusan Pembelian.

Smartphone ialah salah satu alat yang menyediakan banyak aplikasi bagi berbagai kalangan terutama pada kalangan mahasiswa/i yang dapat mengembangkan pengetahuan mereka tentang apa saja, serta memaksimalkan fungsi dari fitur produk dan aplikasi di dalam smartphone tersebut. Beberapa aplikasi memfasilitasi para mahasiswa/i untuk mencari berbagai informasi terkait mata kuliah yang mereka tekuni. Tidak hanya aplikasinya, tetapi fitur produk smartphone juga dapat membantu mahasiswa/i dalam proses belajar mereka, sebagai contoh wi-fi dapat membantu mereka membuat tugas-tugas, audio player dapat membantu mereka meningkatkan kemampuan mendengar Listening Bahasa Inggris mereka dan sebagainya.

Bagi para Mahasiswa/i mengeluarkan anggaran sebesar Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000 merupakan hal yang besar, maka ketika mereka memutuskan untuk membeli suatu produk pada kisaran harga tersebut dilakukanlah berbagai pertimbangan yang rinci agar pengambilan keputusan itu terlaksana dengan tepat dan efisien. Jadi produk Smartphone bagi mahasiswa termasuk dalam produk yang dibeli dengan keterlibatan tinggi karena harus melewati 5 tahapan yang ada dalam proses pengambilan keputusan oleh Pembeli seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penjelasan itulah yang dimaksud dengan Proses keputusan pembelian.

Penelitian ini akan difokuskan pada Produk Smartphone Samsung Seri Galaxy J dikarenakan produk tersebut pada akhir ini mengalami penurunan penjualan paling rendah diantara Seri lainnya. Kemudian Peneliti membatasi Penelitian ini hanya pada Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung saja dikarenakan mereka merupakan konsumen potensial yang sangat mungkin membeli serta menggunakan Smartphone Samsung Seri Galaxy J yang mencirikan karakter segmen pasar dari produk tersebut dengan rentang harga kisaran Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000 dan diharapkan penelitian pada Jurusan Manajemen Universitas Pasundan ini bisa mewakili segmen pasar produk Smartphone Samsung tersebut pada kalangan Mahasiswa/i secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH HARGA DAN FITUR PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG SERI GALAXY J (Survei pada Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung)”.**

**1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah** Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel Harga, Fitur produk dan Proses keputusan pembelian.

**1.2.1 Identifikasi Masalah** Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menurunnya tingkat penjualan Smartphone Samsung terutama pada Seri J.
2. Desain Produk Samsung kurang inovatif cenderung meniru beberapa kompetitornya seperti Apple.
3. Fitur produk yang terdapat pada Smartphone Samsung Seri Galaxy J bermasalah terutama bagian software pengaturan pengisian baterai yang kurang baik sehingga menimbulkan meledaknya beberapa Smartphone yang beredar di kalangan konsumennya.
4. Terjadinya persaingan harga antara distributor Smartphone baru yang beredar di pasaran dengan harga yang cukup terjangkau.
5. Harga Smartphone Samsung Seri Galaxy J tidak sesuai dengan fitur produk yang diberikan.
6. Banyak merek-merek smartphone lain yang menawarkan fitur produk unik kepada konsumen membuat persaingan antar distributor semakin kompetitif.

**1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah

penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai Harga Smartphone Samsung Seri Galaxy J
2. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai Fitur Produk Smartphone Samsung Seri Galaxy J
3. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai Proses Keputusan Kembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy J
4. Seberapa besar pengaruh Harga dan Fitur Produk terhadap Proses keputusan pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy J

**1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan konsumen mengenai Harga Smartphone Samsung Seri Galaxy J
2. Tanggapan konsumen mengenai Fitur produk Smartphone Samsung Seri Galaxy J
3. Tanggapan konsumen mengenai Proses keputusan pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy J
4. Besarnya pengaruh Harga dan Fitur produk terhadap Proses keputusan pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy J

**1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tetapi tulisan ini juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya. Adapun hasil penelitian ini dapat berguna bagi :

**1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan fitur produk terhadap proses keputusan pembelian.
2. Dapat mengetahui definisi serta pengaruh harga dan fitur produk terhadap proses keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau wacana ilmiah serta dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

**1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi penulis

1. Dapat memberikan masukan kepada distributor Smartphone Samsung dalam menjalankan program pemasaran.
2. Dapat mengetahui perilaku konsumen dalam membuat proses keputusan pembelian Smartphone.
3. Mengetahui kendala dalam praktek pemasaran.

2. Bagi perusahaan

1. Secara umum Penelitian ini dilakukan untuk menguji, membuktikan, serta memahami Teori dan diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan, juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi para Pelaku bisnis seperti para Founder, CEO, Manajer, Sales dan lainnya yang bergerak dalam industri Smartphone Dunia seperti Samsung, Apple, Huawei, Oppo, Vivo dan Xiaomi untuk lebih memahami sejauh mana peranan Harga dan Fitur produk terhadap proses keputusan pembelian Smartphone secara umum. Serta dapat membantu para Pelaku bisnis tersebut dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan Perusahaan yang telah ditetapkan.