

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi di seluruh dunia berkembang pesat salah satunya alat komunikasi yaitu *smartphone*. Menurut (Sawyer, 2011) *smartphone* adalah telepon seluler yang terdiri dari berbagai macam komponen semacam memori, layar, mikroprosesor, dan model bawaan. Sehingga perkembangan yang ada di *smartphone* dapat dirasakan kemajuannya di bandingkan dengan *handphone* lainnya. *Smartphone* merupakan suatu inovasi di bidang telekomunikasi yang bisa menolong setiap kegiatan manusia serta tidak bisa dipungkiri kalau *smartphone* sebagai kebutuhan tiap orang (Pandu, 2017)

*Smartphone* memiliki banyak merek dan fitur, pada dasarnya sangat banyak produk *smartphone* beredar dipasaran yang membuat konsumen kebingungan dalam memilih *smartphone*. Kebanyakan dari konsumen ingin memilih *smartphone* yang sangat canggih dan praktis agar dapat membantu mereka dalam melakukan aktivitas sehari-harinya. Di masa *pandemic* ini masyarakat merasa didukung dengan *smartphone* dalam aktivitas sehari-harinya seperti pertukaran informasi melalui *E-mail*, melalui *Whatsapp* dan media *social* lainnya, dengan adanya hal tersebut membuat masyarakat dengan mudah melakukan aktivitas dan melakukan komunikasi dengan siapapun dan dimanapun melalui *smartphone*.

Kebutuhan akan *smartphone* saat ini sangat meningkat, sehingga perusahaan berlomba-lomba dalam menawarkan jenis produk baru dengan berbagai fitur yang menarik yang membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Namun konsumen juga tidak hanya tertarik dengan jenis produk dan fiturnya saja melainkan tertarik dengan promosi-promosi yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, tertarik dengan kualitas produknya, dan tertarik dengan tampilan harganya. Maka dari itu sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain, contohnya dalam penetapan harga.

Penetapan harga adalah keputusan penting yang dapat mendukung keberlanjutan sistem operasi dari organisasi nirlaba dan non-nirlaba. Menurut Sangjadji dan Sophia (2013) harga adalah keunikan dari barang dan jasa yang memberikan nilai pada umumnya oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi suatu produk atau jasa. Maksud dari Sangjadji dan Sophia yakni bahwa suatu barang dan jasa tersebut terlihat unik maka harga yang ditawarkan akan semakin tinggi sehingga konsumen mengevaluasi terlebih dahulu sebelum melakukan keputusan pembelian.

Menurut (Mokoagouw, 2016) mengatakan jika harga bisa mempengaruhi secara positif atas keputusan pembelian. Sebelum konsumen memutuskan pembeliannya, perilaku konsumen hendak memikirkan harga terlebih dulu, kemudian melakukan penilaian terhadap harga tersebut cocok ataupun tidak dengan nilai produk serta jumlah uang yang wajib dibayarkan. Sehabis melakukan

penilaian dan menurut konsumen itu cocok maka konsumen hendak mengambil keputusan pembelian.

Terdapat salah satu pelaku usaha dalam bidang elektronik dengan menjual belikan produk *smartphone* di daerah Cianjur yaitu Andra Cell, namun tidak semua produk dapat terjual secara stabil hal tersebut dapat dikatakan karena setiap spesifikasi *smartphone* berbeda-beda kualitas dan fitur-fitur bagi konsumen yang fungsinya untuk memudahkan melengkapi aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data actual tersebut maka dapat dibidang setiap masyarakat lebih menyukai *smartphone* yang terbilang *simple* pada saat digunakan dan manfaat pemakaian yang lama sesuai dengan kebutuhan.

Keputusan pembelian ialah kapan membeli, dimana terjadinya pembelian, apa yang akan dibeli, jadi membeli atau tidak, serta gimana metode membayarnya (Sumarwan, 2011). Sebaliknya menurut Setiadi serta Sopiah (2013) berkata kalau keputusan pembelian konsumen adalah metode pengintegrasian yang menggabungkan wawasan untuk menilai dua karakter alternative atau bahkan banyak dan memilih salah satunya. Melalui hasil data yang ada di Toko Andra Cell, terdapat 5 merek *smartphone* yang di jual. Data selengkapnya terdapat pada tabel 1.1 yang terdapat dibawah ini :

**Table 1.1**  
**Penjualan *smartphone* Toko Andra Cell**

| No | Bulan   | Merek                    | Penjualan                   | Total   |
|----|---------|--------------------------|-----------------------------|---------|
| 1. | Agustus | Oppo<br>Xiaomi<br>Realme | 23 unit<br>2 unit<br>1 unit | 28 Unit |

| No | Bulan     | Merek   | Penjualan | Total   |
|----|-----------|---------|-----------|---------|
|    |           | Vivo    | 0 unit    |         |
|    |           | Samsung | 2 unit    |         |
| 2. | September | Oppo    | 44 unit   | 64 Unit |
|    |           | Xiaomi  | 4 unit    |         |
|    |           | Vivo    | 3 unit    |         |
|    |           | Realme  | 4 unit    |         |
|    |           | Samsung | 9 unit    |         |
| 3. | Oktober   | Oppo    | 49 unit   | 68 Unit |
|    |           | Xiaomi  | 5 unit    |         |
|    |           | Vivo    | 4 unit    |         |
|    |           | Realme  | 3 unit    |         |
|    |           | Samsung | 7 unit    |         |
| 4. | November  | Oppo    | 29 unit   | 45 Unit |
|    |           | Xiaomi  | 2 unit    |         |
|    |           | Vivo    | 1 unit    |         |
|    |           | Realme  | 4 unit    |         |
|    |           | Samsung | 9 unit    |         |
| 5. | Desember  | Oppo    | 42 unit   | 61 Unit |
|    |           | Xiaomi  | 4 unit    |         |
|    |           | Vivo    | 1 unit    |         |
|    |           | Realme  | 0 unit    |         |
|    |           | Samsung | 14 unit   |         |

Sumber: Owner Andra Cell

Pada tabel 1.1 penjualan *handphone* diatas, Oppo memiliki posisi teratas yang dimana penjual tersebut selama lima bulan kebelakang sebanyak 187 unit. Produk lainnya berada di bawah Oppo serta yang akan di fokuskan dalam penelitian ini adalah produk yang tidak efektif dalam penjualannya yaitu Vivo yang hanya terjual sebanyak 9 *handphone* saja, grafik tersebut cenderung masuk dalam kategori tidak baik dalam hitungan 5 bulan, *Specification* yang dimiliki oleh Vivo tidak jauh dari produk lainnya terutama Oppo namun masyarakat lebih

mempercayai Oppo karena realita pemanfaatan dan kegunaan lamanya produk Vivo masih kalah bersaing dengan merek merek lainnya juga.

**Table 1.2**  
**Harga jual Andra Cell**

| No | Jenis Produk | Harga Jual      |
|----|--------------|-----------------|
| 1  | Oppo         | 1,800K – 5.000k |
| 2  | Xiaomi       | 1,850k – 5.500K |
| 3  | Vivo         | 1.500K – 4.000K |
| 4  | Realme       | 1.800K – 4.500K |
| 5  | Samsung      | 2.200K – 6.500K |

*Sumber : Hasil Wawancara, 2022.*

Berdasarkan tabel 1.2 merupakan rata-rata harga jual yang ditawarkan kepada konsumen dengan ketentuan keunggulan yang berbeda-beda, jika melihat Oppo dan Vivo memang beda sedikit namun masyarakat Cianjur lebih memilih merek Oppo untuk memenuhi kebutuhan komunikasi elektronik.

Jika melihat grafik penjualan dari setiap merek hp yang tersedia memunculkan hasil bahwa merek *smartphone* Vivo tidak berjalan dengan baik sehingga menghambat perputaran laju keuangan modal pada *Andra Cell* yang memerlukan biaya operasional yang cukup tinggi mulai dari biaya sewa hingga beban gaji. Segi pasar masyarakat Cianjur dapat dikatakan mengalami peningkatan selera gaya hidup terutama pada usia remaja, hal tersebut memunculkan masalah sebagai berikut:

### **1. Pilihan Merek**

Merek Vivo sudah cukup dikenal oleh masyarakat baik itu kelebihan maupun kekurangan yang mereka miliki, dalam segi harga tidak beda jauh dengan merek yang hampir sama dalam spesifikasi yaitu Oppo. Namun segi manfaat produk secara aktual memang *value* dari produk Oppo lebih baik, maka dari itu stok *smartphone* Vivo mengalami penghambatan dalam penjualan yang cukup mengganggu aktivitas perputaran modal yang dimiliki oleh Andra *Cell*, penetapan harga rasanya tidak efektif dan kurang diminati oleh masyarakat Cianjur yang lebih menyukai produk lain karena lebih banyak memiliki keunggulan dan juga stigma masyarakat Cianjur yang sudah mulai memiliki selera cukup tinggi terutama remajanya.

Dari permasalahan tersebut peneliti dapat memperoleh data yang dibuat secara redaksi pada penetapan harga merek Vivo dengan yang lain hampir serupa namun kualitas dan masa penggunaannya yang lebih riskan, penyebab tersebut sebagai berikut:

### **1. Kesesuaian Harga dengan Manfaat**

Penetapan harga dari Andra *Cell* pada merek Vivo berada di kisaran 1.500K hingga 4.000K dengan spesifikasi umum yang telah diketahui oleh masyarakat serta pengalaman dari masyarakat dalam menggunakan Vivo, hal tersebut memunculkan pada manfaat penggunaan tidak sebanding dengan penetapan harga yang diaplikasikan, karena harga tersebut membuat masyarakat memiliki stigma yang kecewa karena masa penggunaan produk Vivo pada dasarnya tidak bertahan lama sedangkan keinginan dan kebutuhan

masyarakat Cianjur saat ini sudah mulai realistis dan menginginkan hal-hal yang praktis.

## **1.2 Identifikasi dan perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dapat teridentifikasi masalah mengenai “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* merek Vivo Di Toko Andra *Cell* Kota Cianjur”.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi yang telah dipaparkan sebelumnya maka peneliti akan merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran umum dari Toko Andra *Cell*?
2. Bagaimana penetapan harga dan kondisi keputusan pembelian *Smartphone* merek Vivo pada toko Andra *Cell*?
3. Seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada toko Andra *Cell*?
4. Bagaimana hambatan dan upaya yang dilakukan oleh toko Andra *Cell*?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Setelah merumuskan suatu perumusan masalah, maka peneliti tentunya memiliki tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum dari Toko Andra *Cell*.

2. Untuk mengetahui penetapan harga dan kondisi keputusan pembelian *Smartphone* merek Vivo pada toko *Andra Cell*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada toko *Andra Cell*.
4. Untuk mengetahui hambatan dan upaya yang dilakukan oleh toko *Andra Cell*.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, peneliti dengan segala kerendahan hati akan memaparkan kegunaan karya ilmiah ini sebagai berikut:

#### **a. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan penelitian ini untuk mengembangkan kajian kajian teori ilmiah serta memperkuat penelitian terdahulu yang lebih kuat mencakup pembahasan variabel yang serupa.

#### **b. Manfaat Praktis**

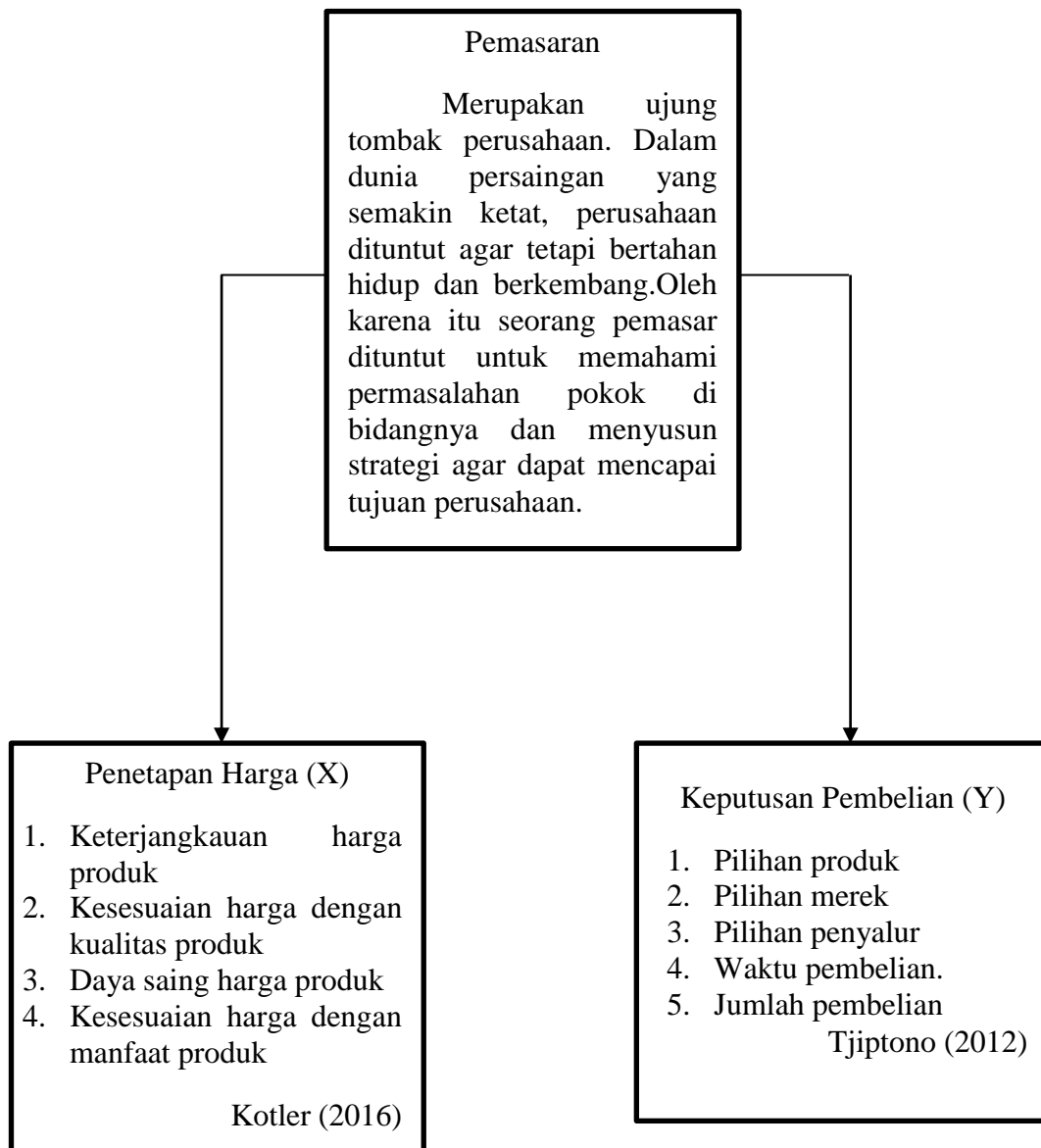
Manfaat dalam penelitian ini diharapkan, penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan lagi dalam hal pembahasan, teori-teori serta hasil laporan penelitian ini nantinya akan menjadi referensi penelitian yang akan mendatang.

## **1.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

### **1.4.1 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori bagi peneliti dalam menyusun tinjauan pustaka yang akan digambarkan sebagai berikut





**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### 1.4.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan maka peneliti akan mengemukakan hipotesis mengenai “Terdapat pengaruh positif penetapan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Andra Cell”

Definisi operasional dalam hipotesis berikut secara umum agar mempermudah pembahasan seperti dibawah ini :

- a. Pengaruh membawa perubahan ke arah yang lebih baik dari lingkungan atau benda yang dihadapi yang bersifat memiliki penyebab atau bersifat masalah.
- b. Penetapan harga merupakan bagian dari jumlah uang yang bersifat menetap pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan karena akan memberikan pendapatan bagi perusahaan itu sendiri.
- c. Keputusan pembelian konsumen adalah proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut. Hasil produk yang dipilih dari keputusan pembelian menjadi produk pilihan dari konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

## **1.5 Lokasi dan lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada toko Andra Cell, yang berlokasi di Jl. KH Abdullah Bin Nuh No.1, Pamoyanan, Citimall, Kota Cianjur. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan terhitung dari bulan Desember 2021 sampai dengan bulan Mei 2022

1.5.2 Lamanya Penelitian

**Table 1.3**  
**Jadwal Kegiatan Penelitian**

| NO                      | KETERANGAN                   | TAHUN 2022 |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
|-------------------------|------------------------------|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|---|
|                         |                              | JANUARI    |   |   |   | FEBRUARI |   |   |   | MARET |   |   |   | APRIL |   |   |   | MEI |   |   |   | JUNI |   |   |   |   |
|                         |                              | 1          | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |   |
| <b>TAHAP PENERAPAN</b>  |                              |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 1                       | Penjajakan                   |            |   | ■ | ■ |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 2                       | Studi Kepustakaan            |            |   | ■ | ■ | ■        |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 3                       | Pengajuan Judul              |            |   |   | ■ |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 4                       | Penyusunan Usulan Penelitian |            |   |   |   | ■        | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 5                       | Seminar Usulan Penelitian    |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   | ■ |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| <b>TAHAP PENELITIAN</b> |                              |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 1                       | Pengumpulan Data             |            |   |   |   | ■        | ■ |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
|                         | a. Dokumentasi               |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   | ■     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
|                         | b. Wawancara                 |            |   |   | ■ | ■        |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   | ■ |   |      |   |   |   |   |
|                         | c. Observasi                 |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
|                         | d. Studi Kepustakaan         |            |   |   |   | ■        | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 2                       | Pengolahan Data              |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   | ■ | ■ | ■    |   |   |   |   |
| 3                       | Analisis Data                |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| <b>TAHAP PENYUSUTAN</b> |                              |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 1                       | Pembuatan Laporan            |            |   |   |   | ■        | ■ | ■ | ■ | ■     | ■ | ■ | ■ | ■     | ■ | ■ | ■ | ■   | ■ | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 2                       | Perbaikan Laporan            |            |   |   |   | ■        | ■ |   |   |       |   | ■ | ■ |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |   |
| 3                       | Sidang Skripsi               |            |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   | ■ |   |   |