

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang berkembang dengan pesat membuat setiap individu terdorong untuk memiliki sebuah alat yang mampu memenuhi kebutuhan dalam mengakses kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi tersebut, salah satunya dengan menggunakan handphone. Handphone pada awal kemunculannya adalah sebuah alat yang diciptakan untuk mengakomodasi kebutuhan komunikasi manusia yang dipergunakan secara berpindah-pindah. Konsep ini ditujukan untuk menggantikan konsep telepon konvensional yang menggunakan jaringan kabel sebagai perantaranya yang dirasa terkendala oleh terbatasnya ruang.

Seiring berkembangnya zaman, semakin banyak masyarakat yang menggunakan handphone tidak hanya sebagai gaya hidup namun telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa ditawar lagi. Banyak di antaranya yang memiliki tidak hanya satu buah handphone, tetapi dua atau bahkan tiga buah handphone. Oleh karena itu perusahaan sekarang berlomba-lomba dalam memproduksi alat komunikasi tidak hanya sebatas sebagai alat komunikasi, namun juga menambahkan fitur-fitur lainnya untuk menarik minat pelanggan.

Penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut. Perusahaan dalam negeri maupun perusahaan perusahaan asing berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis-jenis produk yang nantinya akan digemari oleh calon pelanggan. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya suatu persaingan bisnis, perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya tentu perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula.

Dalam persaingan industri telepon selular atau biasanya masyarakat luas menyebutnya dengan sebutan ponsel. Inovasi, kualitas, promosi, saluran distribusi, tingkat harga produk harus benar-benar diperhatikan oleh para produsen ponsel agar tidak kalah dengan para pesaingnya.

Dalam persaingan industri telepon juga perlu memahami akan adanya sebuah iklan serta kualitas produk itu sendiri agar tercipta nya sebuah Keputusan Pembelian.

Iklan adalah sebuah cara Untuk Memasarkan atau Mempromosikan Sebuah Produk dan Brand ataupun Layanan kepada Orang banyak agar mendorong ketertarikan serta tentu membelinya.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019: 164) Iklan “merupakan model komunikasi yang dapat menjangkau publik secara luas”. Iklan dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang dan juga mempercepat penjualan atau quick sales. Selain itu iklan juga bersifat

baku dan dapat ditayangkan berulang-ulang serta dapat memperoleh efek dramatisasi dari iklan yang ditayangkan tersebut”.

Iklan memainkan peran yang sangat penting di era persaingan saat ini. Iklan atau Periklanan adalah satu hal yang telah menjadi kebutuhan bagi semua orang di kehidupan sehari-hari saat ini, baik itu produsen, pedagang, atau pelanggan.

Jika produk tidak diiklankan, tidak ada pelanggan yang akan tahu produk apa yang tersedia dan tidak akan membeli produk bahkan jika produk itu untuk keuntungan mereka. Satu hal lagi adalah bahwa periklanan membantu orang menemukan produk terbaik untuk diri mereka sendiri, anak-anak mereka, dan keluarga mereka.

Ketika mereka mengetahui tentang berbagai produk, mereka dapat membandingkan produk dan membeli sehingga mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Dalam Iklan terdapat juga masalah yang sering terjadi seperti, biaya yang besar saat membuat iklan tersebut, saat menayangkan atau memamerkan iklan tersebut, Masalah mengurus perizinan dalam iklan dan lain sebagainya, setelah penulis melakukan penelitian dan observasi, maka penulis menemukan kendala terhadap iklan yang mana iklan xiaomi tidak terlalu banyak.

Kualitas Produk adalah sebuah Ciri Khas tertentu dari sebuah produk baik itu kondisi fisik, sifat dan fungsi produk tersebut, Berdasarkan tingkat mutu yang di buat untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen

Menurut M. Suyanto (2018: 214) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi pelanggan”.

Penting nya Kualitas produk yang baik karna mampu menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketetapan, dan kemudahan dalam penggunaan. Perlu dipahami juga bahwa ada beberapa hal mendasar yang akan mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk, di antaranya adalah harga, ketersediaan dan kualitas produk tersebut.

Masalah yang terjadi dalam kualitas produk adalah ketika produk tidak laku terjual karena Target pasar yang terlalu lebar dapat menyebabkan produk yang di jual tidak laku . Karena fokus terpecah ke semua golongan masyarakat dalam memasarkan sebuah produk. Hal ini, sering terjadi karena sebagian pebisnis menginginkan perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Keputusan Pembelian adalah Sebuah keputusan yang timbul karena adanya sebuah penilaian serta pertimbangan dari barang tersebut yang akhir nya memutuskan untuk membeli sebuah barang tersebut.

Menurut Buchari (2018:96) “keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik

masing – masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, kemudian mengarah pada keputusan pembelian”.

Pentingnya Keputusan pembelian karena konsumen dapat memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut.

Setelah penulis melakukan penelitian atau observasi, penulis menemukan masalah pada iklan dan kualitas produk dalam menentukan keputusan pembelian yaitu terjadi ketika seorang konsumen yang ingin membeli suatu produk di dasarkan atas berbagai pilihan-pilihan seperti kualitas, merek, ragam, harga, lokasi, pelayanan, fungsi/fiktur produk dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang serta deskripsi di atas, maka penulis tertarik pada pemilihan Smartphone yang diangkat sebagai objek dalam melakukan penelitian ini, untuk menuliskannya dalam bentuk skripsi dengan judul :

“PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KECAMATAN BALARAJA KABUPATEN TANGERANG PROVINSI BANTEN”.

B. Batasan Masalah

Dalam mengadakan penelitian ilmiah seorang peneliti harus benar-benar mengetahui masalah yang akan diteliti. Hal ini sangat penting agar

dalam penelitian tidak mengalami kesulitan dalam pelaksanaannya. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka yang menjadi ruang lingkup penelitian ini, penulis memberikan batasan sebagai berikut:

1. Tempat penelitian skripsi ini dilakukan pada counter smartphone xiaomi di kecamatan balaraja kabupaten tangerang provinsi banten.
2. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2022 sampai Oktober 2022.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas, dengan ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Iklan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Smartphone Xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Smartphone Xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten
3. Apakah terdapat pengaruh Iklan (X1) dan kualitas produk terhadap (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Smartphone Xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Iklan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) Pada smartphone xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Pada smartphone xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Iklan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada smartphone xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab Pendahuluan ini Berisikan Tentang Latar Belakang

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab Landasan Teori berisikan tentang variabel-variabel penelitian secara teoritis dengan menurut para ahlinya, kerangka pemikiran serta hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab Metode Penelitian berisikan tentang objek dan subjek penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data serta definisi operasional variabel-variabelnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab Penelitian dan Pembahasan berisikan tentang gambaran umum perusahaan, analisis dan pengolahan data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini dapat dijelaskan serta diketahui tentang Kesimpulan dalam penelitian ini dan saran yangn akan diberikan pada hasil penelitian.