

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, alat komunikasi modern sangatlah penting bagi masyarakat. Alat komunikasi modern tersebut memiliki manfaat yang banyak, pertama yaitu dapat mempermudah dalam berkomunikasi dengan siapa saja dari yang jaraknya dekat maupun jauh, kedua mencari informasi dapat dengan cepat, ketiga memperluas jaringan menemukan orang-orang baru dari berbagai daerah, dan masih banyak manfaat lainnya dari alat komunikasi modern tersebut. Tidak heran jika kebutuhan alat-alat modern semakin hari semakin meningkat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis alat komunikasi. Salah satu alat komunikasi yang saat ini sedang meningkat permintaannya adalah *Handphone*.

Handphone untuk saat ini bukan hanya digunakan sebagai alat komunikasi saja namun juga sebagai *trend* ataupun gaya hidup masyarakat. Banyaknya masyarakat yang menggunakan *handphone*, maka banyak perusahaan-perusahaan atau produsen *handphone* bermunculan dengan menawarkan produk mereka dengan berbagai macam kelebihan fitur-fiturnya seperti dilengkapi dengan kamera, pemutar audio, akses internet, dan juga aplikasi-aplikasi yang bisa di download sesuai kebutuhan dan keinginan si pengguna *handphone*

Di Indonesia sendiri banyak produsen yang menawarkan *handphone* dengan berbagai macam fitur salah satunya adalah Xiaomi. Model dan spesifikasi yang dimiliki oleh produk Xiaomi tidak kalah bersaing dengan *handphone* lainnya. Dalam hal harga, Xiaomi juga tak kalah bersaing. Dengan spesifikasi yang hampir menyamai para saingannya, Xiaomi dapat memberikan harga yang lebih rendah dibanding para pesaingnya seperti Oppo dan Vivo. Xiaomi menawarkan *handphone* yang memiliki banyak fitur dan juga kelebihan yang memudahkan si penggunanya, walaupun sebelumnya banyak brand atau merek *handphone* yang ternama yang sebelumnya lebih dulu dipasarkan akan tetapi Xiaomi mampu bersaing dalam memasarkan produknya.

Agar mampu bersaing dengan kompetitor maka perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif untuk memasarkan produknya. Dan produsen harus memiliki strategi dalam memasarkan produknya, strategi pemasaran yang bisa dilakukan yaitu dengan menciptakan produk yang berkualitas mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menetapkan harga secara tepat, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa, dan strategi yang bisa dilakukan selanjutnya oleh produsen adalah dengan melakukan promosi dimana promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam pemasaran.

Namun sebelum produsen melakukan strategi untuk memasarkan produknya, produsen atau manajer pemasaran sebaiknya mempelajari dahulu faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Karena salah satu tujuan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Regresi linear berganda adalah salah satu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan di atas maka disusunlah penelitian dengan judul

“PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HANDPHONE XIAOMI”

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi?
- 2) Bagaimana produk, harga, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi
- 2) Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga, dan promosi secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang maka pada penelitian ini dibatasi hanya membahas bagaimana pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi. Dan juga penelitian ini dilakukan berdasarkan data dan informasi yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan dan pengguna *handphone* Xiaomi disalah satu *outlet*.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan penelitian ini menjadi lebih terarah, maka diuraikan bab-bab dalam suatu sistematika penulisan, yang berisikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, merumuskan permasalahan yang akan diteliti serta memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian yang dilakukan, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dalam penulisan penelitian ini yaitu tentang penelitian terdahulu, teori pemasaran, konsep produk, harga, promosi, keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang diagram alir atau *flowchart* yang dijadikan sebagai tahapan awal untuk memulai penelitian ini dengan metode yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai pengolahan data yang diperoleh kemudian di analisa sehingga menjadi pembahasan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN

Menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan kemudian memberikan saran.