

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Transformasi di perangkat yang dipercepat dan diperbarui beberapa tahun kebelakang yang mana ditandai dengan berkembang pesatnya inovasi yang sedang tren, komunikasi menjadi kebutuhan paling mendasar untuk setiap golongan manusia dalam berinteraksi. Kebutuhan ini mempengaruhi minat yang meningkat untuk bermacam-macam jenis perangkat yang merujuk pada rivalitas dagang di bidang informasi digital peristiwa ini tampak sekali jika dilihat dari tingginya intensitas pada dibuatnya alat tertentu terutama *Handphone/Smartphone* (ponsel) yang menunjukkan banyaknya pilihan *product*. Inovasi, *brand*, kualitas dan juga persepsi harga pada *product* kerap kali jadi bagian penting bagi pemilihan pembelian pelanggan untuk *product* dengan inovasi seperti telepon seluler (ponsel). Dengan Cara seperti itu, pekerjaan pengembangan *product* pada pilihan pembelian pelanggan sangat penting untuk didapati.

Mengirim pesan singkat dan menelepon adalah fungsi awal daripada handphone, fitur lain seperti kamera dan akses internet mulai dijadikan inovasi sejalan dengan perkembangan teknologi yang ada. Dengan pesatnya teknologi yang ada handphone mulai tergantikan dengan *smartphone* yang mana *smartphone yang ada dipasaran juga sudah* berisi banyak fitur fitur canggih dan juga aplikasi-aplikasi yang menarik sehingga ponsel tidak hanya digunakan untuk menunjang komunikasi semata.

Pada era ini penggunaan smarphone sudah semakin marak dan juga samrtphone sudah menggantikan handphone biasa.

Dikarenakan *smartphone* ialah alat komunikasi yang lebih canggih, fiturnya lebih banyak sistem operasinya lebih simple dan mudah dipahami serta beberapa *smartphone* memiliki harga yang terjangkau dan bisa juga dibawa kemanapun untuk banyak keperluan. *Smartphone* ialah pertanda bahwa teknologi dunia ini sudah melaju dengan sangat cepat dan tepat.

*Smartphone* pun memiliki sistem operasinya sendiri, semakin berkembangnya teknologi semakin berkembang pula sistem operasi *smartphone* itu sendiri. Sistem operasi secara umum dikenal sebagai halnya perangkat lunak yang mengontrol pengendalian pada perangkat keras *smartphone*.

Berbagai fitur dan fungsi aplikasi pada *smartphone* seperti kamera, mengirim pesan, memutar musik bahkan bermain game juga diatur sistem operasi ataupun perangkat lunak pada *smartphone*. Windows 8, iOS (Iphone Operating System), Symbian OS (Operating system), Android dan Blackberry OS, merupakan beberapa jenis sistem operasi perangkat lunak dari pada *smartphone* ,(Erni Suryan : 2017)

Sistem operasi yang paling digemari kebanyakan individu saat ini adalah Android yang mana yang Akan dibahas kali ini. ialah sistem operasi milik Android Inc yang mana sekarang sudah di akuisisi oleh GOOGLE Inc di, yang mana Android Inc ini dulunya hanya sebuah perseroan kecil di tahun 2005. Pengguna sistem operasi Android pertama diantaranya adalah Samsung, Sony, Motorola, HTC, LG, HTC, Thosiba, Vodavone, dan masih banyak lagi.

Beragam *product smartphone* yang bermunculan jaman ini adalah akibat daripada perkembangan teklogi dan ilmu pengetahuan itu sendiri. daya saing

yang tinggi serta memiliki nilai jual ialah alasan perseroan selaku produsen untuk terus berinovasi pada *smartphone*.

Dengan data yang dimiliki peneliti dan juga di sokong oleh beberapa alasan diatas dengan ini ditetapkan oleh peneliti bahwa judul penelitian kali ini ialah "Pengaruh Kualitas Product, *Brand*, Persepsi Harga dan Inovasi Product Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Second Berbasis Android Pada TokoGPS Phone Sumokali". dan tempat untuk melakukan penelitian kali ini ialah TokoGPS Phone Sumokali.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Pada para konsumen TokoGPS Phone Sumokali, Apakah benar keputusan pembelian pada produk smartphone (ponsel) bekas dipengaruhi oleh kualitas produk ?
2. Pada para konsumen TokoGPS Phone Sumokali, Apakah benar keputusan pembelian pada produk smartphone bekas dipengaruhi oleh *brand*?
3. Pada para konsumen TokoGPS Phone Sumokali, Apakah keputusan pembelian pada produk smartphone bekas dipengaruhi oleh persepsi harga?
4. Pada para konsumen TokoGPS Phone Sumokali, Apakah keputusan pembelian pada produk smartphone bekas dipengaruhi oleh inovasi produk?
5. Pada para konsumen TokoGPS Phone Sumokali, Apakah memang benar keputusan pembelian pada produk smartphone bekas dipengaruhi oleh kualitas produk, inovasi produk, persepsi harga, dan *brand*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Memahami dengan pasti tentang pengaruh kualitas *product* kepada keputusan pembelian konsumen pada smartphone bekas di TokoGPS Phone.
2. Mengetahui dengan pasti tentang pengaruh *brand* kepada keputusan pembelian konsumen pada smartphone bekas di TokoGPS Phone.
3. Mengetahui dengan pasti tentang pengaruh persepsi harga kepada keputusan pembelian konsumen pada *smartphone* bekas di TokoGPS Phone.
4. Mengetahui dengan pasti tentang pengaruh inovasi product kepada keputusan pembelian konsumen pada smartphone bekas di TokoGPS Phone.
5. Mengetahui dengan pasti tentang pengaruh inovasi product, persepsi harga, kualitas product, *brand* dan inovasi product kepada keputusan pembelian konsumen pada smartphone bekas di TokoGPS Phone.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Supaya peneliti tahu bahwa secara teoritis maupun aplikasi di lapangan *brand*, persepsi harga, kualitas *product*, dan inovasi *product* berpengaruh pada keputusan pembeli.

2. Bagi Perseroan (TokoGPS Phone Sumokali)

Agar ketika meningkatkan kualitas *product* maupun melakukan inovasi *product* perseroan sudah punya masukan dan tambahan informasi yang bermanfaat.

3. Bagi STIE Mahardhika

Sebagai halnya tambahan literatur khususnya inovasi *Product*, kualitas *product*, persepsi harga dan *brand* terhadap keputusan pembelian konsumen, pada kepustakaan di bidang *marketing*.

4. Bagi Peneiti Lain

Agar bisa juga mengembangkan penelitian jika memiliki konsep penelitian yang sejenis dimasa depan sebagai halnya refrensi.