

BAB I

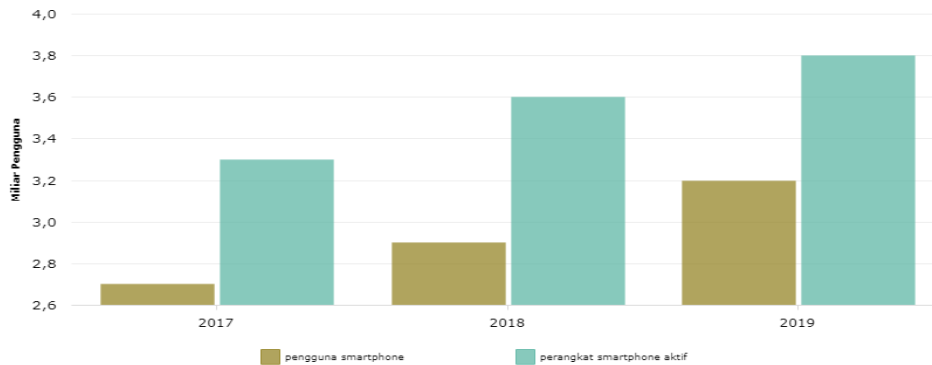
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi dan informasi pada saat ini sudah berkembang dengan pesat. Hal ini menjadikan kebutuhan manusia juga ikut berkembang dan semakin kompleks. Perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan juga keinginan pasar (konsumen) yang beragam.

Menurut Kotler & Keller (2009) kebutuhan merupakan syarat dasar hidup manusia. Dalam memenuhi kebutuhan biasanya manusia dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah: teman kerja, keluarga, media sosial dan lain – lain sehingga membuat kebutuhan itu menjadi sebuah keinginan. Keinginan adalah hal yang lebih spesifik untuk memenuhi suatu kebutuhan. Menurut Kotler & Keller (2009) keinginan dibentuk dan diciptakan oleh masyarakat. Setelah menentukan keinginannya kemudian selanjutnya adalah membuat permintaan. Permintaan merupakan keinginan akan produk tertentu yang didukung kemampuan untuk membayar (Kotler & Keller, 2009).

Laju pertumbuhan produk *smartphone* memang sangat pesat di dunia salah satunya adalah di Indonesia. Oleh karena itu pengguna *smartphone* juga semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan perkembangan zaman.



Katadata.co.id

databoks

Gambar 1.1 Data Pengguna smartphone Tahun 2017-2019

Sumber : Katadata.co.id, 2020 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/20/berapa-jumlah-pengguna-smartphone-dunia>

Gambar diatas menunjukkan bahwa pengguna *smartphone* pada tahun 2017 sebesar 2,6% juta jiwa dan perangkat *smartphone* aktif sebesar 3,2% juta jiwa. Setelah itu pada tahun 2018 terjadi peningkatan pengguna *smartphone* sebesar 2,8% juta jiwa dan perangkat *smartphone* aktif sebesar 3,6% juta jiwa. Kemudian pada tahun 2019 terjadi peningkatan pengguna *smartphone* sebesar 3,2% juta jiwa dan perangkat *smartphone* aktif sebesar 3,8% juta jiwa.

Kebutuhan manusia terbagi menjadi beberapa bagian yaitu sandang, pangan dan papan. Tetapi ada kebutuhan yang lain seperti alat komunikasi. Alat komunikasi merupakan kebutuhan yang tidak kalah penting dalam kehidupan manusia. Alat komunikasi digunakan manusia untuk menyampaikan informasi dan memperoleh informasi.

Salah satu jenis alat komunikasi yang sering digunakan pada saat ini adalah *smartphone* atau sering disebut sebagai ponsel pintar. *smartphone* juga dilengkapi dengan berbagai pilihan software atau aplikasi yang lain yang dapat dengan mudah untuk diunduh. Selain itu, hal yang mendukung sebuah *smartphone* yaitu memiliki sistem operasi di dalamnya yang memungkinkan para pengguna *smartphone* menjalankan berbagai aplikasi diantaranya Windows Mobile, Android, Symbian, Sistem Operasi Blackberry dan Apple's Ios.

smartphone merupakan alat komunikasi yang praktis dan telah mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan perkembangannya yang nyata semakin dirasakan oleh para konsumennya. Dikarenakan praktis dan tersedia dari harga yang murah sampai harga yang mahal, sehingga membuat permintaan akan *smartphone* dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Infinix adalah sebuah *smartphone* yang menggunakan sistem operasi Android yang dimana infinix dipengaruhi oleh uniknya desain dari Perancis dan investasi atas desain yang beda dari yang lain. Melalui interaksi harian produk-produk intuitif ini menjadi bagian dari gaya hidup yang merepresentasikan pusat trend dan pengalaman pintar untuk semua kawula muda di dunia. Infinix ingin memenuhi rasa penasaran dan kebutuhan akan hidup dalam gaya hidup teknologi digital. Infinix pada saat ini mempromosikan lini produk di Eropa, Afrika, Amerika Latin, Timur Tengah dan Asia. Sejak kehadirannya pada tahun 2013, infinix secara terus menerus mengembangkan produknya ke arah yang lebih baik dan semakin canggih.

Dimulai dari tahun 2013 Infinix pertama kali dirilis yaitu Infinix seri SURF, Infinix seri ALPHA Marvel dan Infinix Lini Zero selanjutnya dirilis kembali pada tahun 2015 yaitu Infinix HOT NOTE yang dimana ponsel pintar pertama yang mencapai rekor penjualan terbesar dari semua produk ponsel pintar Infinix. Pada tahun 2016 Infinix Memperkenalkan seri S & membuka toko pengalaman pertamanya di Indonesia bertempat di daerah DKI Jakarta. Pada tahun 2017 Infinix mengadakan acara peluncuran besar-besaran di Kolombia untuk merayakan pasar ke Amerika Latin. Pada tahun 2018 Infinix bermitra dengan Google untuk meluncurkan seri Note 5 Android One di Dubai.

Infinix Hot S3 dianugerahi penghargaan smartphone paling berharga oleh SELULAR. SELULAR adalah media paling berpengaruh di Indonesia. Pada tahun 2019 Infinix membuka pintu toko konsep pertamanya di Maroko. Infinix memenangkan penghargaan merek ponsel paling inovatif dari Marketing Edge. Marketing Edge adalah salah satu majalah pemasaran terkemuka di Nigeria. Pada tahun 2020 Infinix termasuk dalam top 15 Globalizing Chinese Brands to Watch 2020 Brands bersamaan dengan mengumumkan iF Design dianugerahi Zero 8. Infinix dianugerahi Most Influential Brand for Youth oleh majalah ICT Business di Mesir. Pada tahun 2021 meluncurkan *smartphone* konsep dengan penutup belakang dua warna pertama di dunia dan teknologi pengisian cepat 160W. Infinix memasuki pasar laptop dengan meluncurkan seri INBook X1 yang bermitra dengan Intel dan Microsoft. Produk Infinix Note 10 pro memenangkan iF DESIGN AWARD 2021

dalam kategori telekomunikasi. (www.infinixmobility.com).

Bisnis smartphone Infinix di Indonesia terus berkembang pesat dan memperlihatkan kondisi yang menggembirakan. Infinix memiliki roadmap produk yang sangat menarik untuk tahun ini, (Sergio, 2021). Menurut Sergio (2021) menyebutkan bahwa mereka akan terus membawa inovasi di setiap produk, termasuk smartphone. Secara data, penjualan Infinix naik 800% pada 2020 jika dibandingkan penjualan pada 2019. Untuk tahun 2021, penjualan Infinix naik 200% (<https://selular.id>).

Hal ini terbukti membuat Infinix bertahan hingga saat ini. Bicara soal pencapaian, di Lazada sendiri merk Infinix telah menjadi Top smartphone brand dengan penjualan nomor satu di beberapa perhelatan harbolnas Lazada. Baru-baru ini, dalam gelaran Big Brands Sale 9.9 Lazada, Infinix meraih top 2 mobile brand.

Pada 2020, Infinix Indonesia juga berkolaborasi dengan Mobile Legends untuk merilis smartphone Note 8 ke Indonesia. Tak butuh waktu lama, Infinix Note 8 langsung disambut baik oleh masyarakat. Sejauh ini lini smartphone masih mendominasi total penjualan Infinix. Infinix akan merilis beberapa produk *smartphone* baru tahun ini. Namun Infinix tidak menutup mata ke lini produk lain. Lini laptop juga akan diperbarui, termasuk perangkat TWS juga. Jadi, tunggu kejutan dari Infinix, (Sergio, 2021).

Berdasarkan Kotler dan Amstrong (2008), Kualitas produk merupakan senjata taktik potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas

produk untuk membagikan aneka macam fungsi termasuk didalamnya, ketahanan, handal, ketepatan serta kemudahan dalam penggunaan. Setiap konsumen mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda, pemilik usaha bisa memahami keinginan dan kebutuhan pasar sasaran. Untuk memenuhi harapan konsumen, pemilik usaha memberikan produk yang berkualitas.

Menurut Keller (2008), citra merek atau brand image adalah anggapan dan kepercayaan yang dibentuk oleh konsumen seperti yang direfleksikan dalam hubungan yang terbentuk dalam ingatan konsumen. Menurut Kotler (2012), citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen.

Menurut Kotler (2009), harga bukan hanya angka-angka di label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa, uang sekolah, ongkos, upah/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji, dan komisi semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba (Swastha & Sukotjo, 2007).

Menurut Sunarto dan Silvy (2009) gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus menerus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Kota Jakarta merupakan kota yang dijuluki sebagai kota metropolitan yang dimana tentunya menempati posisi pertama sebagai kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Kota Jakarta merupakan pangsa pasar yang sangat cocok dalam penggunaan smartphone dimana tingginya minat akan kebutuhan pendukung kegiatan berinteraksi, berbisnis, belajar mengajar dengan teman maupun dosen

sehingga perlunya kecermatan dalam memilih smartphone. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Maka konsumen harus mengambil keputusan menyangkut merek, harga, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran.

Dalam pandangan islam citra merek adalah nama baik atau identitas baik yang dimiliki seseorang atau perusahaan dan membangun merek menjadi nama baik yang dapat dipercaya oleh konsumen harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam tidak boleh bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip syariah. Sebagai contoh citra yang baik yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW yang dijuluki gelar Al-Amin artinya seseorang yang dipercaya. Untuk itu sebuah perusahaan perlu membangun citra merek yang baik sehingga menciptakan persepsi terpecaya oleh konsumen, Sehingga hal ini dapat dijadikan untuk menarik konsumen dalam pembelian produk dan jasa.

Berikut adalah ayat al-Qur'an yang berhubungan dengan citra merek terdapat pada Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ ﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. imbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”. (Q.S AsySyu'ara ayat 181-183) (Terjemah Kemenag 2019).

Ayat al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa etika menjaga kepercayaan konsumen pada suatu merek adalah dengan sikap jujur atau tidak melakukan manipulasi yang dapat menyebabkan kerugian dan ketidakpuasan konsumen, contohnya menipu dan mengurangi timbangan. Karena jika melakukan hal tersebut

akan menyebabkan kehilangan kepercayaan konsumen sehingga ia enggan untuk membeli produk yang kita miliki.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti akan meneliti **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INFINIX DI KOTA JAKARTA DAN DITINJAUNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (STUDI KASUS PENGGUNA INFINIX DI WILAYAH DKI JAKARTA).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, Maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian yang berupa:

1. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah kualitas produk, citra merek, persepsi harga, dan gaya hidup berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian Infinix?
6. Bagaimana pandangan islam terhadap pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Infinix di Kota Jakarta?

1.3 Tujuan penelitian

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan, Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap produk Infinix.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaruh citra merek terhadap produk Infinix.
3. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap produk Infinix.

4. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap produk Infinix.
5. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Infinix.
6. Untuk mengetahui dan memahami pandangan islam terhadap pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Infinix di Kota Jakarta.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan penelitian ini mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Menambah wawasan pengetahuan tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dalam memperoleh keuntungan serta mengerti secara lebih baik mengenai pemasaran secara teori maupun secara empiris.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan Akademi Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran.
3. Bagi Infinix Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dalam penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan