

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat, salah satu contoh perkembangan teknologi yang sering digunakan saat ini adalah telepon genggam. Telepon genggam dianggap sebagai barang mewah tapi seiring berjalannya waktu telepon genggam menjadi kebutuhan primer, salah satunya adalah telepon genggam merek nokia. Nokia pertama kali diciptakan di Firlandia, dan mulai beroperasi pada awal tahun 1980, sejak berdiri nokia telah berhasil memimpin di pasar. Tetapi seiring berjalannya waktu banyak bermunculan perusahaan telepon genggam merek lain yang ada di pasaran menyebabkan persaingan antara setiap perusahaan telepon genggam menjadi lebih kompetitif antar produsen dalam hal menciptakan produk maupun mempertahankan konsumen. Oleh karena itu nokia dituntut untuk tidak sekedar menciptakan produk apa adanya tetapi juga harus memahami apa keinginan dan kebutuhan konsumennya. Hal tersebut dibutuhkan produsen agar mampu bersaing dengan produsen lainnya untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian telepon genggam nokia, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar untuk membangun sebuah strategi yang dapat memperkuat keputusan pembelian.

Menurut Schiffman, Kanuk (2006) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif

pilihan salah satu, dan salah satu faktor keputusan pembelian adalah kualitas produk karena apabila kualitas yang di berikan dapat memuaskan konsumen maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Suharyadi,et al (2007) apabila produk yang dihasilkan berkualitas dengan mutu yang baik maka suatu produk dapat berkompetisi di pasar sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan menurut Tjiptono (2005) citra merek adalah keyakinan konsumen terhadap merek apabila keyakinan konsumen positif atau negatif akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut William J. Stanton (2008) citra merek mempunyai peran di dalam keputusan pembelian karena konsumen melakukan keputusan pembelian selalu menentukan salah satu merek yang akan mereka beli di antara merek yang lain kemudian konsumen akan lebih mudah dan tidak dibingungkan lagi oleh berbagai macam merek yang ada karena citra merek yang telah melekat dibenak mereka. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor keputusan pembelian di pengaruhi oleh kualitas produk dan citra merek.

Setelah peneliti melakukan riset di fakultas ekonomi Universitas Medan Area, maka peneliti menemukan masalah yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Adapun masalah yang menyebabkan mahasiswa-mahasisiwi tidak mau melakukan keputusan pembelian pada handpone nokia di karenakan bayak produk dari perusahaan handphone lain yang menghasilkan produk yang lebih baik dari pada produk handpone nokia, sehingga membuat konsumen bayak mempertimbangkan sebelum mengambil keputusan pembelian. Kemudian tidak