

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual maupun aspek material. Artinya, Islam tidak hanya akidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya, dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Sistem ini dapat dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi islam. (Rozalinda, 2014, Hal.1)

Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Allah berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ شُرُوفِكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
نَفْسَكُمْ رَحِيمًا

(Qs An Nisa : 29)

Artinya :” hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu” (Departemen Agama RI, 2000, hal 576)

Pesatnya perkembangan teknologi pada dekade terakhir ini memberikan pengaruh yang besar bagi dunia industri, salah satunya adalah industri komunikasi. Untuk melakukan suatu kontak tidak perlu dilakukan dengan harus bertatap muka langsung, melainkan kita bisa menggunakan beberapa macam media. Seperti misalnya telepon, saat perkembangan teknologi semakin pesat, perkembangan telepon sebagai alat komunikasi pun semakin canggih, misalnya dalam bentuk telepon seluler yang memberikan beberapa kemudahan bagi penggunaannya. (Bintar, Arum, Kusuma, 2015, hal 1)

Sekarang ini, kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun sekarang ini, kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun-ketahun terutama untuk jenis *handphone* merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan kebutuhan konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung mereka dalam kegiatan sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun aktivitas lainnya. (Asep, Wibowo, 2016, hal 1)

Pada era teknologi saat ini, alat komunikasi seperti gadget maupun *handphone* sudah tidak asing lagi bagi kalangan mahasiswa. Karena *handphone* sudah dianggap sebagai kebutuhan lagi bagi kalangan mahasiswa. Banyak kalangan yang menganggap *handphone* adalah segala-galanya dalam kehidupan ini. Apabila bepergian tidak membawa *handphone*, merasa tidak lengkap hidupnya. Begitu pesat perkembangan teknologi komunikasi di dunia ini yang membawa dampak positif maupun negatif bagi pemakainya. Dilihat dari

perkembangannya yaitu dari *telephone* kabel yang tidak bisa dibawa kemana-mana berkembang menjadi *telephone* yang bisa dibawa kemanapun penggunanya bepergian. (Arum, Wahyuni, Purbohastuti, 2017, hal 53)

Samsung Electronics berdiri tahun 1969 dan dengan cepat menjadi produsen utama di pasar Korea. Selama periode awal ini, dorongan pertumbuhan berasal dari bisnis elektronik rumah tangga yang sedang meroket dan perusahaan mulai mengekspor produknya untuk pertama kali. Samsung Electronics juga mengakuisisi saham Korea Semiconductor; yang makin memperkuat posisi Samsung Electronics sebagai pemimpin dalam produksi Semikonduktor. ([www.samsung.com](http://www.samsung.com))

Produk *handphone* merek Samsung sebagaimana diketahui adalah suatu produk *handphone* yang semakin lama semakin banyak digemari oleh mahasiswa khususnya *handphone* yang berbasis OS *Android*. Kemudahan, kecepatan serta aplikasi yang cukup banyak membuat mahasiswa menjadi semakin tertarik untuk memilih *handphone* ini. Semakin banyaknya *handphone* yang ada dipasaran berarti memberikan keluasan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen *handphone* untuk mengetahui pola pembelian. Banyaknya merek *handphone* yang ada dipasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat. (Syehbubakar Syihab, 2015, hal. 2-3)

**Tabel 1.1 Harga *Handphone* Merek Samsung**

Nama <i>Handphone</i>	Harga
Samsung A20 Core	1.099.000
Samsung A10	1.699.000
Samsung A20	2.299.000
Samsung A30	3.099.000
Samsung M30	3.400.000
Samsung A50	3.799.000
Samsung A70	5.799.000

Sumber: [www.Samsung.com](http://www.Samsung.com) 2019

Produk *handphone* merek Samsung masih menjadi pilihan masyarakat khususnya Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin. Maka dari itu, saya tertarik untuk meneliti faktor apa sajakah yang memengaruhi para mahasiswa memilih produk *handphone* merek samsung. Penelitian ini sengaja ditujukan untuk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Uin Antasari Banjarmasin karena peneliti melihat banyak teman satu angkatan yang menggunakan produk *handphone* merek Samsung. Dan mahasiswa merupakan orang yang selalu tanggap dengan teknologi serta orang yang relatif banyak membawa ponsel, sehingga peneliti tertarik faktor-faktor apa saja yang memengaruhi mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin dalam pengambilan keputusan memilih *handphone* merek Samsung. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen diantaranya adalah faktor harga, kualitas, promosi dan kemudahan dalam pembayaran. Dari uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk

*Handphone* Merek Samsung oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memutuskan untuk menentukan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh faktor harga, kualitas, promosi dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin untuk membeli produk *handphone* merek Samsung secara simultan?
2. Dari faktor harga, kualitas, promosi dan kemudahan dalam pembayaran mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin untuk membeli produk *handphone* merek Samsung secara parsial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin untuk membeli produk *handphone* merek Samsung.

2. Untuk mengetahui diantara faktor harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin untuk membeli produk handphone merek Samsung.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini, selanjutnya akan dibahas, diolah, dan dianalisis sehingga pada akhirnya dapat dijadikan acuan sebagai:

1. Bagi perusahaan hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan akan dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khazanah pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah.
3. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## E. Definisi Operasional

Upaya menghindari kekeliruan serta kesalahan yang akan terjadi pada maksud penelitian yang dilakukan agar sesuai dengan yang diinginkan, peneliti berusaha membuat definisi operasional yakni sebagai berikut:

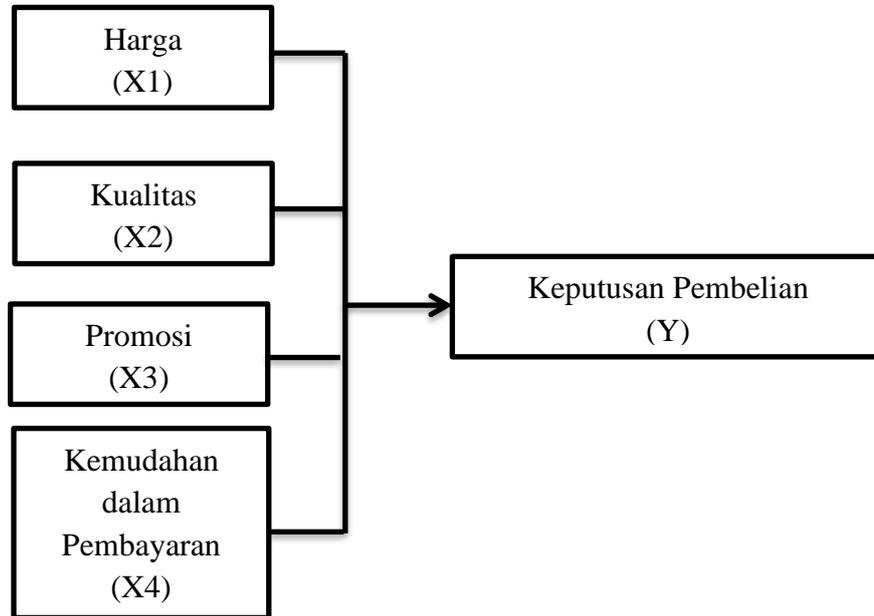
1. Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin yang berjumlah 359 orang dengan sampel sebanyak 78 orang pengguna *handphone* merek Samsung di UIN Antasari Banjarmasin. (KBBI, hal 522)
2. Pengambilan adalah proses, cara, perbuatan mengambil, pemungutan, pengutipan dan sebagainya. Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya). Pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin yang berjumlah 359 orang dengan sampel sebanyak 78 orang mengambil keputusan dalam membeli produk *handphone* samsung. (KBBI, hal 32)
3. Pembelian adalah Proses, cara, perbuatan pembeli. Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya di proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.

Pembelian produk dalam penelitian ini adalah pembelian produk *handphone* merek Samsung yang digunakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin yang berjumlah 359 orang dengan sampel sebanyak 78 orang. (KBBI, hal 111)

4. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswa dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin yang berjumlah 359 orang dengan sampel sebanyak 78 orang. (KBBI, hal 613)
5. *Handphone* (telepon) adalah pesawat dengan listrik dan kawat, untuk bercakap-cakap antara dua orang yang berjauhan tempatnya. *handphone* dalam penelitian ini adalah *handphone* merek Samsung. (KBBI, hal 1162)

Penelitian yang saya lakukan ini lebih fokus kepada pengaruh harga, kualitas, promosi dan kemudahan dalam pembayaran, dan saya ingin melihat pengaruh mana yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian *handphone* merek samsung oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Berbeda dari penelitian lainnya yang lebih fokus ke pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dalam fokus penelitiannya.

## F. Kerangka Pemikiran



## G. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan pengaruh personal. Skripsi yang diteliti oleh peneliti adalah Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek Samsung oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Setelah penulis melakukan penelusuran kajian penelitian terdahulu yang penulis temukan adalah beberapa judul yang diteliti oleh:

**Tabel 1.1**  
**Kajian Pustaka**

<b>NO.</b>	<b>Nama/Universitas</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Shehbubakar Syihab	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone</i> Merek Samsung (studi Pada Mahasiswa Ekonomi Unhas Makassar)	Teori yang digunakan penjelasan Mengenai Konsumen, pengambilan Keputusan, <i>handphone</i> merek Samsung	Fokus penelitian pada aspek budaya, sosial pribadi, dan psikologis. Sedangkan dalam penelitian saya Fokus penelitian terfokus kepada pengaruh harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran
2	Moech Nasir	Studi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Aqua di Kota Surakarta	Teori yang digunakan penjelasan Mengenai Konsumen, pengambilan Keputusan, dan Fokus penelitian terfokus kepada pengaruh harga, kualitas, dan promosi	Pengambilan keputusan terhadap pembelian air minum Aqua sedangkan di penelitian saya terhadap pembelian produk <i>handphone</i> merek Samsung

## **H. Sistematika Penulisan**

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi, maka peneliti akan membagi skripsi ini dalam 5 Bab, yaitu:

Bab I PENDAHULUAN, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Kegunaan penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II LANDASAN TEORI, pada bab ini merupakan landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, perilaku konsumen, produk, harga, kualitas produk, promosi, kemudahan dalam pembayaran, dan pengambilan keputusan pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini peneliti menggunakan metode penelitian untuk menghubungkan antara teoritis dengan penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan, teknik analisis data serta tahapan penelitian.

BAB VI LAPORAN HASIL PENELITIAN, bab ini berisi tentang gambaran umum berisi analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisa data yang dilakukan meliputi analisa statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan berisikan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang di teliti. Sedang saran bersifat masuan untuk pihak-pihak terkait.