

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kita telah berada dalam sebuah era yang sarat dengan teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi telah memberikan sumber (*resources*) informasi dan komunikasi yang amat luas dari apa yang telah dimiliki manusia. Meskipun peranan informasi dalam beberapa decade kurang mendapat perhatian, namun sesungguhnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi itu merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dari kebutuhan sandang dan pangan manusia.

Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Rogers menyatakan bahwa *information society* adalah sebuah masyarakat yang sebahagian besar angkatan kerjanya adalah pekerja di bidang informasi, dan informasi telah menjadi elemen yang dianggap paling penting dalam kehidupan.

Menurut Hammer informasi diakui sebagai sebuah komoditi yang dapat dijual diberikan dikopi, diciptakan, disalahartikan, didistorsikan, bahkan dicuri. Secara sederhana banyak yang sudah memahami dan memiliki konsep tentang sifat dan pemilikan informasi yang dahulunya tidak disadari. Informasi merupakan salah satu di antara tiga sumber daya dasar (*basic resources*) selain potensi material dan energi. Oleh karena itu seperti halnya materi dan energi, informasi dianggap tidak memiliki kegunaan praktis bila tidak di operasionalkan, dan informasi hanya dapat di operasionalkan melalui komunikasi.

Informasi merupakan unsur pokok secara implisit melekat dalam konsep pembangunan yang terencana. Kegiatan pembangunan manapun juga hanya dapat berlangsung dan mencapai sasaran bila dalam setiap tahapan – perencanaan, pelaksanaan, pengawasan didasarkan pada informasi yang memadai. Informasi memang diperoleh melalui kegiatan komunikasi tetapi yang sesungguhnya yang menentukan nilai komunikasi adalah informasi yang dibawanya.

Revolusi informasi, biasanya dipahami sebagai perubahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi. Dua bentuk teknologi komunikasi manusia yang terpenting adalah teknologi untuk menyalurkan informasi dan system computer modern yang memprosesnya. Dikatakan revolusi karena dapat memberikan perubahan yang amat cepat dalam kehidupan manusia. Terdapat dua faktor yang mendasari dan mengarahkan revolusi informasi yang dapat memengaruhi struktur kekuasaan dunia, yaitu yang pertama perkembangan yang cepat serta penyebaran yang luas dari pengetahuan dan informasi dalam segala bidang. Kedua, peningkatan pentingnya pengetahuan dalam produksi kekayaan serta penurunan relatif dari nilai sumber-sumber material.

Dengan perpaduan antara kemampuan teknologi tinggi dan jaringan-jaringan global, maka produksi informasi dapat meningkat dengan sangat cepat. Howard Frederick menyatakan bahwa laju pertumbuhan dan akumulasi pengetahuan era informasi meningkat sangat cepat eksponensial. Sebagai perbandingan andaikata informasi di dunia pada tahun 1 jumlahnya disamakan dengan satu unit, maka penggandaan (*doubling*) pertama memakan waktu 1500 tahun, yang kedua 250 tahun dan selanjutnya pada awal abad 20 menjadi 150

tahun. Sementara itu Jacques Valee memperkirakan penggandaan tersebut berlangsung setiap 18 tahun dan James Martin menyatakan penggandaan tersebut turun 5 tahun sekali pada 1970 an dan pada tahun 2000 an menjadi rtiga tahun sekali.

Perkembangan ICT atau teknologi informasi dan komunikasi sangatlah pesat dari jaman ke jaman, dari mulai manusia tidak mengenal teknologi sampai sekarang manusia diperbudak oleh teknologi tersebut, kita sebagai akademisi tentunya harus pandai dalam memanfaatkan kemanjuan teknolodi tersebut sehingga hasilnya dapat bermanfaat untuk kehidupan. Dari beberapa perkembangan yang sudah dijelaskan dalam kemajuan teknologi sangat penting dalam kehidupan dimana teknologi tersebut sebagai alat atau media untuk mempermudah manusia dalam berbagai hal yaitu dilihat dari pemanfaatnya dibidang pendidikan atau keilmuan, ekonomi, kesehatan pemerintahan hingga social budaya dari beberapa bidang tersebut tentunya akan menguntungkan manusia dalam menjalankan kehidupannya. Maka dari itu perkembangan teknologi sangat penting dalam menunjang kehidupan manusia dari masa ke masa sehingga banyak sekali temuan-temuan yang sampai sekarang yang manfaatnya bisa dirasakan.

Ketertinggalan suatu negara dapat dilihat dari perkembangan teknologi proses pembelajaran atau pendidikan, pelayanan Kesehatan, sistem ekonomi yang masih menggunakan pola-pola lama akan menjadikan negara tersebut ketinggalan dan terpuruk. Sehingga tingkatan kualitas kehidupan negara tersebut akan semakin ketinggalan oleh negara-negara yang berhasil memanfaatkan kemajuan teknologi.

Setelah membahas dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi maka penulis untuk selanjutnya akan memberitahu mengenai sebuah brand atau merek yang merupakan bagian dari perkembangan komunikasi dan informasi dari sebuah smartphone yang memiliki keunggulan dan juga yang brandnya begitu ternama dan sangat banyak diminati oleh siapapun.

Sebuah merek smartphone yang satu-satunya dibekali dengan layar sentuh dan mendukung jaringan seluler 2G. Pada tanggal 29 Juni 2007 menjadi hari dimana penemu phone yaitu Steve Jobs mengumumkan perangkat iPhone pertamanya yaitu iPhone 2G di Amerika Serikat. Untuk pertama kali, ponsel ini hadir dengan layar yang besar dan dapat di navigasi menggunakan jari manusia. Kemudian pada 29 Juni 2007, iPhone 2G mulai dijual secara resmi di pasara AS. Saat itu, iPhone 2G dijual dengan haarga 499 Dollar AS atau sama dengan Rp. 7.484.501 untuk varian memori 4GB dan 599 Dollar AS untuk memori 8 GB. Iphone merupakan merek ponsel cerdas yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc,dan menggunakan system operasi telepon genggam IOS, iPhone generasi pertama diumumkan oleh CEO Apple Steve Jobs pada tanggal 09 Januari 2007. Sejak saat itu Apple merillis model iPhone baru dan pembaruan IOS setiap tahun. Pada 1 November 2018, lebih 2,2 milliar iPhone telah tejual diseluruh dunia.

Iphone memiliki antarmuka pengguna yang dirancang pada layaar multi sentuh. Perangkat ini terhubung jaringan seluler atau Wi-Fi dan dapat melakukan panggilan, menjelajahi web, mengambil gambar, memutar music, dan mengirim serta menerima surel dan pesan teks. Sejak diluncurkan, berbagai fitur canggih

ditambahkan, termasuk ukuran layar yang lebih besar, kemampuan merekam video, kedap air, kemampuan untuk menginstal aplikasi seluler pihak ketiga melalui toko aplikasi, dan berbagai fitur aksesibilitas. Sampai iPhone 8 dan 8 Plus, iPhone ini menggunakan tata letak dengan satu tombol pada panel depan yang mengembalikan pengguna ke layar beranda. Sejak iPhone X, model iPhone telah beralih desain layar depan yang nyaris tanpa bingkai dengan peralihan aplikasi yang diaktifkan melalui pengenalan gestur.

iPhone bersama android merupakan kedua platform ponsel cerdas terbesar di dunia yang pada umumnya menyasar pasar mewah. iPhone telah menghasilkan keuntungan besar bagi Apple menjadikannya salah satu perusahaan public paling bernilai di dunia. iPhone generasi pertama dipandang sebagai “revolusioner” dan pengubah permainan bagi industry telepon genggam, dan model-model iPhone berikutnya juga mendapat pujian. iPhone dianggap sebagai merek yang mempopulerkan ponsel cerdas berbentuk pipih dan menciptakan pasar yang besar untuk aplikasi cerdas atau disebut “ekonomi aplikasi”. Dan juga iPhone memiliki misi memberikan produk dan layanan inovatif, meningkatkan kualitas SDM (sumber daya manusia) dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan baik produk maupun layanan, meningkatkan channel distribusi produk iPhone baik offline maupun online supaya mudah dijangkau konsumen. iPhone menciptakan smartphone dengan segala kecanggihan ios yang tidak sama dengan android dan memiliki keistimewaan sendiri bahkan yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat dikarenakan kecanggihan yang tersendiri yang dimiliki oleh iPhone tersebut. Produk kamera smartphone iPhone merupakan salah satu keunggulan yang penting.

. Saat ini iPhone sudah cukup mendunia dan memunculkan series barunya terus menerus dengan berbagai tingkat kecanggihan yang berbeda-beda dan memiliki fitur-fitur tambahan dari pada tipe yang sebelumnya, untuk itu iPhone mengeluarkan beberapa seri ke tanah air yaitu : iPhone 6, iPhone 6+, iPhone 7, iPhone 7+, iPhone 8, iPhone 8+, iPhone Xr, iPhone XS, iPhone Xs, iPhone 11, iPhone 11 Pro, iPhone 12, iPhone 12 Mini, iPhone 12 Promax, iPhone 13, iPhone 13 mini, bahkan saat ini adalah iPhone telah mengeluarkan iPhone 14 dan iPhone 14 Promax dan masing-masing smartphone memiliki fitur yang memang hamper da sama namun banyak juga perbedaan yang memiliki keistimewaan masing-masing.

Variable promosi merupakan bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi merupakan seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produknya. Dan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapun kualitasnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna, maka mereka tidak akan pernah membelinya, teknik yang digunakan promosi secara penggunaannya atau penyampaiannya bisa saja melalui media seperti : pers, televisi, radio, papan nama bahkan jika untuk era sekarang hanya menggunakan smartphone dan media sosial seperti facebook, twitter, Instagram, whatsapp, internet dan masih banyak lagi yang bisa digunakan untuk menyebarluaskan promosi tersebut yang digunakan perusahaan.

Tujuan daripada promosi adalah untuk memperkenalkan barang hasil produksi, dengan tujuan agar konsumen membeli hasil produksinya. Dengan demikian volume penjualan dapat meningkat, dan juga meningkatkan laba perusahaan. Hal ini dapat dicapai oleh perusahaan bila promosi yang dijalankan benar-benar tepat sehingga promosi dapat berhasil seefektif mungkin.

Perusahaan PSTORE memiliki kemampuan promosi yang bagus sehingga untuk sampai saat ini brand PSTORE sudah dikenal banyak orang dikarenakan promosi mereka yang sudah terdengar kemana-mana. Pemilik perusahaan PSTORE merupakan Putra Siregar yang dikenal juga sebagai selebgram dikarenakan toko yang dimiliki begitu banyak pengikutnya di Instagram dan diikuti oleh sebagian artis ternama di Indonesia. Kini tidak sedikit lagi yang mengenal toko ini dikarenakan hanya toko ini memiliki harga miring untuk smartphone Iphone dibandingkan jika pembelian langsung melalui i-box.

Toko PSTORE juga memiliki istilah “HP Pejabat, Harga Rakyat”, produk unggul dalam toko ini merupakan Smartphone Iphone. PSTORE yang selalu mengemparkan masyarakat terlebih kalangan anak muda yang ingin memiliki smartphone Iphone dikarenakan brand ini sangat memiliki keunggulan yang berbeda dengan smartphone lainnya juga dengan promo-promo yang selalu diterapkan oleh PSTORE tidak menutup kemungkinan kita bisa memiliki hp Iphone dikarenakan harga yang murah dan promo yang bisa didapatkan dalam toko ini.

Promosi yang dilakukan oleh toko PSTORE adalah seperti:

- ✓ Setiap memasuki awal bulan mereka memberikan bonus atau giveaway berupa Iphone.

- ✓ Jika pemilik toko atau perusahaan ulang tahun PSTORE juga membagikan Iphone secara gratis kepada pelanggan dan pengikut social mediana.
- ✓ Menjual Iphone dengan harga yang bisa mengejutkan pelanggan karena jauh berbeda jika membeli di i-box.
- ✓ Setiap hari Jumat toko PSTORE juga memberikan promo dengan jika membeli hp disana mereka memberi makan siang untuk para konsumen.
- ✓ Menurunkan Harga Smartphone Iphone dari harga yang biasanya dijual di Toko PSTORE JAKARTA.

Selain variabel promosi, variable harga juga sangat penting untuk di perhatikan oleh sebuah perusahaan. Variable harga merupakan variable yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat memengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Tingginya kebutuhan smartphone saat ini yang terus meningkat karena dapat mempersingkat dan mempermudah setiap masyarakat untuk melakukan setiap kegiatan yang serba online dan menjadi sebuah kebutuhan utama masyarakat untuk menggunakan smartphone.

Harga juga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Indikator yang digunakan dalam variable ini adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Toko PSTORE juga memberikan harga yang

sangat merakyat dan jauh berbeda dengan beberapa toko lainnya, dan juga toko i-box langsung harga yang dimiliki oleh Toko PSTORE memungkinkan konsumen membeli karena tergiur dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan toko-toko lainnya untuk pemasaran hp Iphone dikategorikan smartphone yang memang cukup mahal dan bisa dikatakan yang mampu membeli kalangan ekonomi ke atas dikarenakan harga yang begitu mahal, namun semenjak toko PSOTRE hadir maka kalangan ekonomi bawah juga kini sudah mampu membeli dengan harga yang terjangkau dan bahkan banyak yang membeli dari toko tersebut karena fenomena harga yang sangat jauh berbeda dengan yang lainnya untuk hp merk Iphone dan toko tersebut tidak ragu memberikan setengah harga dari toko i-box, mungkin untuk nomor seri dan keluaran dari negara yang berbeda namun secara keseluruhan lingkup Iphone untuk Appstore, Ios, dan aplikasinya tidak jauh berbeda dengan seri yang dikeluarkan oleh i-box, namun PSTORE Memberikan harga yang bisa dijangkau dan berbeda dengan i-box.

Perbandingan harga yang dimiliki PSOTRE sangat jauh dengan harga yang

Type HP Iphone	Harga PSTORE	Harga I-box
Iphone 8 Plus	Rp. 3.250.000	Rp. 10.000.000
Iphone 8	Rp. 2.999.000	Rp. 11.000.000
Iphone Xr	Rp. 3.999.000	Rp. 12.000.000
Iphone Xs Max	Rp. 6.550.000	Rp. 8.900.000
Iphone 11 Pro	Rp. 9.379.000	Rp. 12.700.000

Sumber : <http://tokopstorejakarta>

Maka minat beli di PSOTRE juga jauh lebih banyak dibandingkan toko lainnya, PSTORE juga menyediakan Tukar Tambah yang juga bisa lebih memudahkan pelanggan untuk memiliki Iphone. Demikian untuk Variabel Promosi dan Harga yang ada di Toko Pstore Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka penuliis tertatik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Harga Dalam Pemasaran Smartphone Iphone Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Toko PSTORE Jakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di PSTORE Jakarta ?
2. Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen di PSTORE Jakarta ?
3. Bagaimana Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di PSTORE Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli konsumen Iphone terhadap PSTORE JAKARTA.

2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Terhadap PSTORE JAKARTA.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Terhadap PSTORE JAKRТА.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Penulis.
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi khususnya dibidang promosi dan pricing terhadap minat pelanggan.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan datang yang terkait dengan penelitian.
 - c. Memberikan keterampilan dalam dunia promosi sehingga memberikan pertimbangan pertimbangan dalam dunia penjualan.
 - d. Sebagai Implementasi atas teori yang telah didapat pada dunia perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mampu menunjang dan meningkatkan jumlah penjualan secara efektif dan efisien sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

