

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Di zaman yang semakin modern ini mulai muncul handphone pintar atau mungkin yang kita kenal dengan Smartphone Android adalah salah satu sistem operasi yang terdapat pada Smartphone, Android merupakan sebuah operasi yang berbasis Linux yang digunakan sebagai pengelola sumber daya perangkat keras, baik untuk ponsel, smartphone, maupun PC. Android dapat memudahkan penggunaannya untuk mengakses internet dengan lebih mudah terutama sosial media.

Ketatnya persaingan membuat pemasar berupaya memberikan beragam atribut dalam produknya sehingga konsumen juga memiliki banyak pilihan produk. Selain itu, pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin membaik mendorong timbulnya laju persaingan di dalam dunia bisnis. Hal ini dapat dilihat semakin banyaknya perusahaan global dan lokal yang berlomba-lomba menghasilkan produk, khususnya Handphone.

Banyak kalangan saat ini yang menggemari produk-produk smartphone dalam berbagai fitur dan merk. Salah satunya yaitu kalangan Mahasiswa. Mahasiswa sering mengikuti perkembangan Smartphone dikarenakan berbagai macam faktor, antara lain adalah sebagai kebutuhan karena mempermudah mencari referensi materi kuliah, atau sebagai hiburan ketika waktu senggang karena Smartphone yang memiliki teknologi tinggi mampu memuat permainan yang menarik, bahkan sebagai gengsi karena jika memiliki smartphone berteknologi tinggi dan mahal

akan meningkatkan kepercayaan diri. Dengan kondisi seperti ini, perusahaan harus tanggap dengan minat konsumen dan perusahaan harus siap bersaing dalam memasarkan produknya dengan memberikan nilai lebih pada produk yang ditawarkan pada konsumen dengan harga yang bersaing.

OPPO merupakan Smartphone Android di kelas Premium yang hadir dengan spesifikasinya yang menarik. Banyak fitur yang ditawarkan oleh Smartphone Android, tidak hanya untuk sekedar bertukar informasi melalui SMS atau telepon tetapi kita bisa menggunakan banyak aplikasi lainnya seperti Line, Whatshapp, Skype, dan masih banyak lainnya.

Jauh ke dalam ranah persaingan perusahaan Smartphone sekarang ini terdapat beberapa merek perusahaan smartphone yang sangat menonjol dalam persaingannya memperebutkan konsumen terutama di Indonesia, merek perusahaan itu diantaranya adalah : Samsung, Xiaomi, OPPO, Vivo, Advan, dan lain-lain. Salah satu perusahaan yang menjadi market leader dengan smartphonenya adalah OPPO.

Universitas Timor merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di wilayah Timor Tengah Utara yang memiliki beberapa fakultas yakni salah satunya adalah fakultas ekonomi dan bisnis dengan jumlah mahasiswa yang banyak. Rata-rata mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan Smartphone, salah satu merek Smartphone yang digunakan yaitu Smartphone Oppo. Penggunaan Smartphone dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis untuk memudahkan aktivitas mahasiswa seperti mengirim E-mail, mengerjakan tugas,

berkirim pesan suara/gambar, membuka sosial media, menjalankan bisnis online, dan sebagai sarana belajar.

Keunggulan Smartphone Oppo tidak lepas dari pada ketertarikan terhadap produknya sehingga memutuskan untuk memilih produk Smartphone Oppo tersebut. Terdapat banyak pilihan type produk Smartphone Oppo, sehingga konsumen bisa membeli jenis type Smartphone Oppo sesuka hati, karena banyak tersedia pilihan model, warna dan bentuknya.

Perusahaan smartphone Oppo juga memiliki citra yang kuat dan positif, karena nama ini sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan nama yang sudah lama dikenal, sudah dipastikan akan membuat orang percaya pada merek Oppo. Ketika Oppo mengeluarkan produk salah satunya yaitu produk smartphone, orang tidak akan ragu lagi untuk membeli smartphone Oppo karena Oppo memiliki branding yang kuat sebagai produsen elektronik terkemuka.

Dengan dilakukan riset awal kepada 807 responden yang ada di Fakultas Ekonomi dan bisnis khususnya Program Studi Manajemen, Dipilihnya lokasi penelitian ini karena di lingkungan fakultas banyak di jumpai mahasiswa yang menggunakan smartphone dengan berbagai merek salah satunya adalah smartphone Oppo yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Program Studi Manajemen untuk mengetahui faktor penyebab mahasiswa menggunakan smartphone Oppo.

Keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk setelah memilih salah satu dari beberapa

alternatif pilihan produk yang ada (Achidah et al., 2016). Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen dengan memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang melakukan pembelian suatu produk, dimana perilaku konsumen di dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Maharani, 2015). Keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa melalui proses tahapan-tahapan, seperti: Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Pasca Pembelian (Saidani & Dwi Raga Ramadhan, 2013). Selain itu keputusan pembelian menjadi pengalaman pembelajaran bagi konsumen untuk memilih dan menggunakan suatu produk yang sudah dia beli. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk mencari informasi terhadap suatu produk ketika melakukan pembelian, memanfaatkan, dan mengevaluasi produk tersebut untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Ardiansyah, 2015). Konsumen didalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: faktor, harga, iklan dan kualitas produk (Fira Dinan, M. Naely Azhad, 2016)..

Tjiptono mengatakan bahwa “harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk”. Konsumen biasanya membandingkan harga produk yang satu dengan produk lainnya, oleh karena itu produsen harus mampu bersaing dengan produsen lain dalam penetapan harga produk yang ditawarkan, dan produsen harus tau bagaimana harga yang ditawarkan dipersiapkan oleh konsumennya, apakah dianggap murah atau mahal,

terjangkau oleh daya beli konsumen (khususnya Mahasiswa FEB), sesuai tidaknya dengan kualitas barang yang ditawarkan tersebut.

Berikut data harga smarphone OPPO tahun 2021

Tabel. 1.1 Daftar Harga Smartphone OPPO Mutiara Celluler Tahun 2022

NO	JENIS SMARTPHONE OPPO	HARGA
1	OPPO A16e	Rp. 1.599.000
2	OPPO A16	Rp. 1.900.000
3	OPPO A15	Rp. 1.850.000
4	OPPO A12	Rp. 1.600.000
5	OPPO A54	Rp. 1.950.000
6	OPPO A76	Rp. 2.999.000
7	OPPO A55	Rp. 2.450.000
8	OPPO A15S	Rp. 2.300.000
9	OPPO A95	Rp. 3.400.000
10	OPPO A96	Rp. 3.700.000
11	OPPO Reno7	Rp. 4.550.000

Sumber: Data diperoleh dari Mutiara Celluler Kefamenanu

Berdasarkan tabel harga diatas dapat disimpulkan bahwa harga handphone yang ditawarkan oleh Brand OPPO sangat terjangkau dengan daya beli konsumen, khususnya mahasiswa FEB yang mencari handphone dengan harga terjangkau tetapi berkualitas baik. Harga yang ditawarkan oppo berkisar antara 1 jutaan ke atas, sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan.

Menurut Swastha dan Irawan (Peter, 2005 hal. 25) periklanan merupakan salah satu aspek dari komunikasi pemasaran perusahaan. Konsumen juga lebih tertarik akan suatu barang melalui iklan yang ditawarkan.

Menurut Lamp (2001:202), iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi khusus untuk memenuhi fungsi pemasaran”. Iklan dapat berfungsi sebagai alat untuk persaingan, hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan-perusahaan berusaha memenangkan pasar lewat iklan. Berbagai macam smartphone yang beredar di pasar, membuat para konsumen lebih teliti dalam memilih smartphone yang disukainya. Sekarang ini alat komunikasi sangatlah penting apalagi di zaman modern saat ini. Seiring dengan kemajuan pesat dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang telekomunikasi juga mengalami kemajuan yang cukup pesat. Sejak ditemukannya alat komunikasi, gerak hidup manusia menjadi berubah lebih mudah dan terasa dekat. Dengan adanya periklanan memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya sehingga mudah untuk dikenali oleh konsumen.

Kualitas merupakan suatu harapan dari setiap masyarakat yang akan membeli suatu produk. Pengaruh kualitas sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Kualitas produk dan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Kualitas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Purnama (Lupiyoadi, 2006 hal. 75) kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan.jika kualitas produk itu baik maka akan meningkat jumlah konsumen.

Deming dalam Yamit (2017:7) mendefinisikan, ”Kualitas merupakan apapun yang menjadi kebutuhan dan kenginan konsumen”.

Masih dalam Yamit (2017:8), Davis menjelaskan bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”

Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan ukuran yang dijadikan konsumen sebagai alat untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Kualitas merupakan mutu serta kondisi dari produk atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen. Mutu dari produk atau jasa tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan para konsumen.

Berdasarkan data dengan adanya latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO”**

1.2.Rumusan Masalah

1. Apakah harga (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO?
2. Apakah iklan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO?
3. Apakah kualitas Produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO?
4. Apakah harga (X_1), iklan (X_2), dan kualitas Produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO.
2. Untuk mengetahui pengaruh iklan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga (X_1), iklan (X_2), dan kualitas Produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) handphone OPPO.

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan ilmu bagi Penulis khususnya mengenai keputusan pembelian, harga, iklan, dan kualitas produk.
2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dibidang ilmu pemasaran terutama mengenai pengaruh harga, iklan, kualitas produk terhadap keputusan membeli smartphone OPPO.
3. Sebagai pijakan dan referensi pada peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan judul ini.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Universitas Timor.