

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi ini berkembang sangat cepat. Salah satu perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang mengalami perkembangan adalah *handphone*. Dalam hal ini *handphone* bukan lagi menjadi barang mewah, namun sudah menjadi kebutuhan hampir semua orang. Apalagi di masa pandemic covid-19 ini, karena pekerjaan bisa dikerjakan dari rumah, maka *handphone* adalah barang yang harus dimiliki oleh semua orang. *Handphone* sekarang tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi saja, namun sangat membantu dalam mengerjakan pekerjaan, misalnya mencari informasi, mengerjakan tugas kantor. Hal ini telah membuka peluang bagi perusahaan yang memproduksi *smartphone* sehingga memunculkan persaingan yang tajam antar merek *smartphone*, diantaranya adalah merek Oppo, Vivo, Samsung, Xiaomi, dan Realme. Salah satu *smartphone* yang banyak diminati adalah merek Oppo, karena memiliki kelebihan dalam kelas premium diantaranya adalah memiliki fitur lengkap, kamera yang sempurna, baterai handal, memiliki varian warna yang banyak (IDN Times, 2021).

Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan adalah dengan memperhatikan kualitas produk. Menurut Kotler (2012: 17) kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk yang memiliki kualitas baik akan dicari konsumen, artinya dengan kualitas yang baik, maka akan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Dewi (2019), Prambudi (2021) serta Fadhilah (2021) yang menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, konsumen biasanya juga mempertimbangkan harga dalam memutuskan untuk membeli produk. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadhilah (2021) menemukan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian. Menurut Umar (2003:32), harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, karena mahasiswa banyak yang menggunakan *smartphone* Oppo baik sebagai alat komunikasi maupun untuk kebutuhan lain, misalnya untuk mengerjakan tugas atau untuk mencari informasi atau referensi kuliah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka judul dalam penelitian adalah **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Oppo (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun)**

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?

1.3 Tujuan Masalah

- a. Menguji signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.

- b. Menguji signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini memberikan perencanaan strategi pemasaran bagi distributor atau Outlet Oppo.

b. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas produk dan harga.

1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika dalam penelitian ini meliputi:

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisi tentang teori – teori yang mendukung penelitian, seperti kualitas produk, harga dan hubungan terhadap keputusan pembelian, pengertian keputusan pembelian dan perspektif model pengambilan keputusan, penelitian terdahulu dan hipotesis serta model penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Berisi tentang desain penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variable dan definisi operasional, instrument penelitian data prosedur pengumpulan data.

BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data penelitian, gambar umum penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB 5: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran – saran yang dapat di gunakan dan diperhatikan untuk perbaikan yang ditujukan kepada penelitian selanjutnya.