

BAB I

PENDAHULUAN

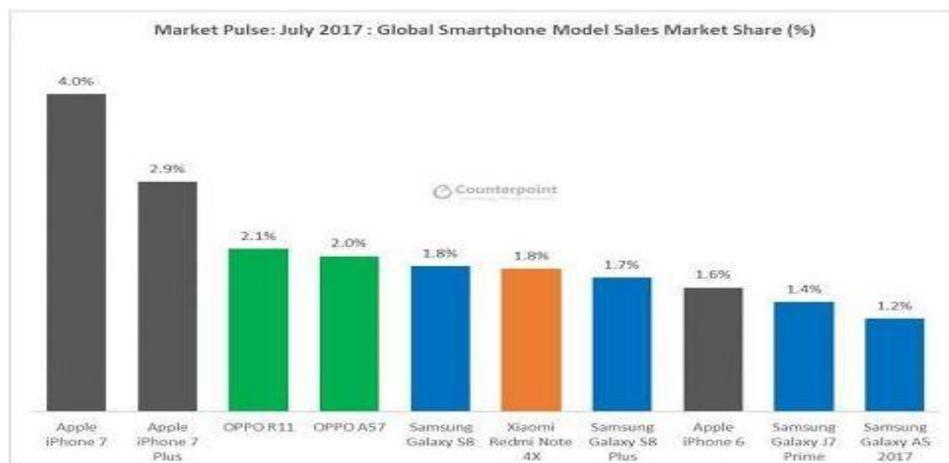
A. Latar Belakang Masalah

Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Dengan berbagai macam versi dan berbagai macam keunggulan yang di berikan kepada konsumen. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan *Smartphone* yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain, dengan demikian produsen dapat menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen dengan cara memahami perilaku konsumen.

Dengan mengeluarkan produk yang berkualitas produk *smartphone* tersebut dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian dari konsumennya dan dengan fitur-fiturnya yang menarik perhatian dengan apa yang telah dikeluarkan oleh produsen. Spesifikasi produk yang ditawarkan adalah desain yang menarik sehingga membuat penggunanya tertarik. Layar yang diberikan juga cukup besar sehingga memudahkan konsumen untuk melihatnya. Kapasitas baterai yang di berikan juga cukup tinggi dan dilengkapi dengan sistem *fast charging* sehingga dapat menghemat daya

listrik. Dengan kamera yang mumpuni untuk mengabadikan setiap moment yang ada Oppo memberikan kamera ponsel yang berkualitas baik agar dapat mengabadikan setiap moment yang ada.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Konsep produk tidak terbatas pada segala sesuatu yang mampu memuaskan kebutuhan dapat disebut sebuah produk. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu (Yunita, 2017; Andrianto & Idris, 2013) menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk.



Sumber : www.liputan6.com

Dengan menetapkan harga yang sangat terjangkau untuk sebuah *smartphone* berkualitas Oppo memberikan memberikan *features* yang canggih dan desain yang mewah, dengan adanya periklanan yang sangat menguntungkan sehingga memikat konsumen untuk dapat memiliki produk tersebut, dan atribut produk yang bertujuan untuk menarik pengguna baru. Penetapan harga menjadi salah satu masalah ketika perusahaan menentukan harga untuk pertama kalinya, hal ini terjadi ketika perusahaan

mengembangkan atau memperoleh produk baru. Oppo berani memberikan harga yang terjangkau namun perusahaan tersebut tetap memberikan kenyamanan dalam produk yang mereka tawarkan. Dengan memberikan *features* yang inovatif dan terlengkap, serta desain ponselnya yang selalu *up to date* dan berani tampil beda, Oppo ingin menampilkan nuansa baru dalam teknologi ponsel dengan desain yang unik, dan spesifikasi ponsel yang canggih sehingga dapat memberikan kenyamanan saat digunakan untuk anak – anak hingga orang dewasa. Berdasarkan hasil penelitian oleh Arumsari (2012) ditemukan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Giatnya pemasaran yang di lakukan perusahaan *smartphone* guna untuk menarik pelanggan dengan peluang peluang yang ada. Dengan menganalisis perkembangan lingkungan pemasaran produsen dapat menciptakan sebuah produk yang diinginkan oleh seorang konsumen, setelah mendapatkan informasi yang mengenai peluang – peluang yang ada. Pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara banyak mendirikan *offline store*, jangkauan *offline* yang dijangkau oleh pemasaran Oppo dari tempat yang mudah di jangkau hingga ke tempat-tempat terpencil sehingga dengan demikian pemasaran yang di lakukan dapat merata, *store* gencarnya pemasaran lewat media elektronik seperti televisi, sosial media.

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang di bayar oleh sponsor tertentu (Kotler, 1995:658). Iklan adalah suatu hal yang sangat penting bagi sebuah produk baru apabila

produknya tersebut ingin sukses di pasar. Ketatnya persaingan antar sebuah perusahaan membuat perusahaan berlomba lomba untuk membuat iklan yang semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Menghasilkan iklan yang efektif diperlukan perencanaan dan perancangan yang matang agar konsumen tertarik dan merasa ingin memiliki produk tersebut. Bukan hanya tampilan fisiknya saja namun iklan seharusnya juga mampu mengkomunikasikan pesan yang ingin di sampaikan oleh produsen *smartphone* tersebut. Dengan demikian sebuah perusahaan jasa iklan (*advertiser*) dituntut untuk memiliki strategi yang sebaik mungkin agar konsumen mengerti makna apa yang disampaikan oleh iklan tersebut. Perusahaan Oppo memberikan kesempatan kerja sama dengan bintang papan atas seperti Raisa dan Rio Haryanto untuk mendongkrak penjualan dari produk Oppo tersebut agar laris di pasar dan dapat bersaing dengan produk *smartphone* lain. Berdasarkan penelitian terdahulu terbukti bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Arumsari 2012).

Salah satu penjualan *Offline* store yang ada di Kota Madiun yang bekerja sama dengan Oppo yaitu T-Cell yang berdiri sejak tahun 2013, T-Cell bekerja sama dengan Oppo *smartphone* dan produsen *smartphone* lainnya. Promo-promo menarik yang ada pada Oppo *smartphone* menjadi salah satu tawaran menarik yang dapat di berikan kepada konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan. Dalam penjualan Oppo *smartphone* memberikan *gift* untuk konsumen agar tertarik dengan produk impian.

Strategi *marketing* yang di gunakan adalah memberikan penawaran harga terjangkau dan di berikan *gift box* dengan syarat dan ketentuan yang masih berlaku. Dengan adanya fenomena tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oppo *Smartphone*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell?
2. Apakah harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell?
3. Apakah promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell
2. Menguji pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell
3. Menguji pengaruh positif dan signifikan promosi produk terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo di toko T-Cell

D. Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan yang telah diperoleh selama studi dengan kenyataan sesuai dengan obyek penelitian.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai dasar atau bahan pengembangan penelitian selanjutnya yang mengambil tema sejenis.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

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

BAB III : METODE PENELITIAN

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

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang simpulan dan saran.