

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti *smartphone* yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk-produk sebelumnya. Dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi yang dapat mendukung kegiatan sehari-hari, baik dalam pekerjaan maupun hal yang lainnya. Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan *smartphone* sangat tinggi.

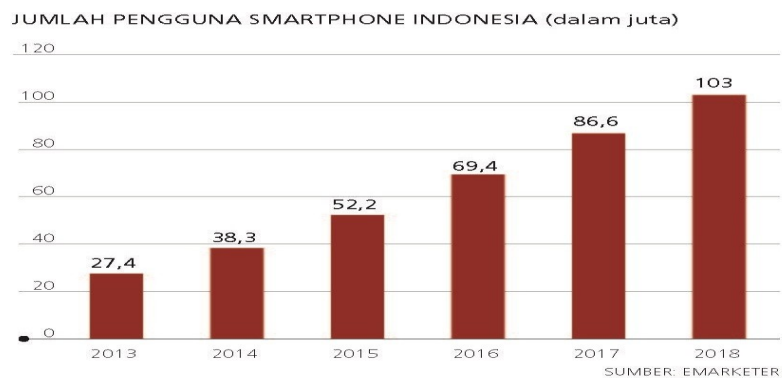
Pada saat sekarang ini keberadaan *platform* Android sangat populer di kalangan pengguna *smartphone*. *Platform* yang satu ini berhasil mencuri perhatian para pengguna *smartphone* dan mampu menduduki posisi yang setara bahkan lebih populer dari *platform* lainnya seperti Blackberry, Windows dan IOS. Meski terbilang pendatang baru, waktu itu *smartphone* versi Android telah berhasil naik di pasaran, alasannya karena keunggulan yang dimiliki Android yakni ketersediaan *platform* nya yang terbuka bagi para developer untuk berkreasi menciptakan beragam aplikasi. Beragam aplikasi tersebut dapat digunakan secara

gratis maupun berbayar pada perangkat *mobile* atau *smartphone* yang berbasis Android.

Pada bulan Juli 2005, Google mulai kerjasama dengan Android Inc. yang saat itu berlokasi di California, Amerika Serikat. Pada waktu itu para pendiri Android.Inc beranggapan bahwa sistem operasi Android hanya diperuntukkan pada telepon seluler. Sehingga munculah isu bahwa Google ingin memasuki pasar telepon seluler dengan menggandeng Android sebagai sistem operasinya. Akhirnya pada periode September 2007, Google memperkenalkan *Nexus One*, salah satu jenis *smartphone* GSM dengan sistem operasi berbasis Android. Google juga mengajukan hak paten atas aplikasi pada *smartphone* ini dan kemudian *smartphone* ini diproduksi oleh HTC Corporation dan mulai dipasarkan pada Januari 2010. Pada September 2008 terbentuklah anggota-anggota baru yang bergabung dalam program kerja Android ARM Holdings, yakni Sony Ericsson, Toshiba Corp, SoftBank, Vodafone Group dan beberapa perusahaan lainnya (sumber www.maxmanroe.com).

Di Indonesia perkembangan *smartphone* berkembang dengan begitu pesat, dapat dilihat dari banyaknya perusahaan *smartphone* yang bersaing merilis *smartphone* nya dengan berbagai merek, spesifikasi dan harga. Belch and Belch (2012) menjelaskan niat beli adalah beberapa hal dalam proses pembelian, ketika konsumen harus berhenti mencari dan mengevaluasi informasi tentang merek alternatif di set dan tindakan yang ditimbulkan. Pembelian, umumnya didasarkan pada pencocokan motif pembelian dengan atribut atau karakteristik merek dalam

pertimbangan. Tingginya antusias masyarakat membeli smartphone tidak lepas spesifikasi smartphone yang tinggi tapi dengan harga beli yang relatif murah yang di tetapkan perusahaan smartphone dalam persaingan bisnis. Kotler dan Armstrong (2012) mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Bovee dan Thill (2011) menggambarkan harga sebagai jumlah uang yang dikenakan untuk produk atau layanan.



Gambar-gambar1.1

Sumber :<http://www.emarketer.com/m>

Lembaga riset digital marketing *Emarketer* memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia akan mencapai lebih dari 100 juta orang. Dari grafik di atas dapat kita lihat di tahun 2017 penggunaan *smartphone* di Indonesia meningkat sebanyak 86,6 juta. Hal itu di sebabkan karena dengan *smartphone* dapat mempermudah kegiatan sehari-hari seseorang dan juga

sekarang *smartphone* sudah tidak menjadi suatu barang yang dianggap mewah bagi masyarakat. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

OPPO adalah salah satu produk *smartphone* yang terkenal di Indonesia saat ini yang mampu bersaing dengan produk lain nya. OPPO memiliki produk yang berkualitas untuk mendapatkan brand image tersendiri di kalangan pengguna *smartphone* di Indonesia. Harjanto (2009) mendefinisikan Produk adalah objek yang berwujud (*tangible*), maupun yang tidak berwujud (*intangible*) yang dapat dibeli seseorang. Kotler dan Amstrong (2008) menjelaskan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Melihat respon masyarakat yang sangat tinggi terhadap perangkat *mobile Smartphone* itu lah yang melatar belakangi OPPO Electronic Corp, Ltd ikut andil dalam meramaikan pasar *smartphone*. Berbagai tipe dan spesifikasi dan OPPO hadir di Indonesia untuk memanjakan konsumen *gadget* tipe *smartphone*. Selain spesifikasi desain *smartphone* OPPO juga menarik dan elegan. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Mungkin banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang tidak tahu tentang Sejarah Perusahaan Oppo Electronic. OPPO Electronic Corp, Ltd pertama kali didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan,

Guangdong, China. Sebelum merambah ke teknologi *smartphone*, OPPO memproduksi peralatan elektronik seperti MP3 Player, *Portable Media Player*, LCD TV, eBook, DVD, dan Disc Player.

Pada tahun 2008 OPPO mulai memasuki pasar *Smartphone*. Pada bulan April tahun 2013 ini OPPO untuk pertama kalinya memasuki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum memasarkan produknya ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu masuk ke beberapa negara seperti, Amerika, Vietnam, Thailand, Rusia, dan Qatar. Sejak saat itu OPPO terus melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kualitas *brand* nya melalui iklan TV, Internet, Media Cetak dll. Produk Smartphone Unggulan OPPO yaitu, Oppo Find 5, Oppo Find Way U7015, dan OPPO Find Piano. Kisaran harga Smartphone OPPO yang beredar di pasar Indonesia sampai saat ini dari mulai Rp 2.000.000,00 hingga Rp 6.000.000,00 (sumber www.mandalamaya.com)`



Tabel 1.1

Harga produk OPPO tahun 2018

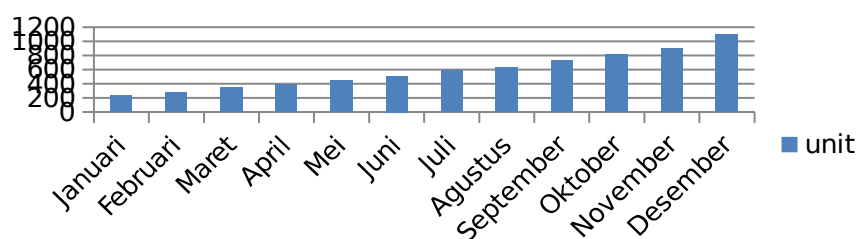
T i p e O P P O	H a r g a
O P P O A 3 S	RP 1.999.000,00
O P P O F 7	RP 4.399.000,00
O P P O A 7	RP 2.429.999,00
O P P O R 7 S	RP 4.999.000,00
O P P O F 9	RP 5.999.000,00

Sumber : www.pricebook.co.id

Di Indonesia produk OPPO sendiri sudah terkenal dan kualitas nya pun tidak kalah dengan Smartphone-smartphone lainnya. Desain nya yang mewah di iringi dengan harga nya dari yang rendah hingga yang tinggi serta kualitas nya yang bagus menjadikan konsumen tertarik untuk membeli nya.

Di Sumatera barat khusus nya di Kota Solok sudah ada konter yang khusus dalam penjualan OPPO dan Kantor Cabang OPPO yang mana akan mempermudah konsumen selain membeli dan service produk OPPO konsumen itu sendiri. Ini juga yang mendasari keputusan pembelian produk OPPO bagi pengguna smartphone di Kota Solok karena sudah ada konter khusus OPPO dan Kantor Cabang OPPO dan di Kota Solok jadi konsumen tidak perlu repot jika ada masalah dengan smartphone OPPO mereka dan tidak perlu jauh-jauh untuk servis smartphone mereka keluar kota.

Salah satu kantor cabangnya yang ada di daerah Sumatera Barat yaitu di Kota Solok. Beralamat Jl Pandan Air Mati, Kec Tanjung Harapan, Kota Solok, Sumatera Barat 27317. Penjualan OPPO pada tahun 2017 selalu mengalami kenaikan tiap bulannya seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.2:



Gambar 1.2 Penjualan *smartphone* OPPO di kota Solok

Sumber: Kantor Cabang OPPO Solok 2017

Dari gambar 1.2 dapat diketahui bahwa penjualan *smartphone*OPPO di kota Solok pada tahun 2017 selalu mengalami kenaikan tiap bulannya. Pada bulan Januari penjualan OPPO sebanyak 220 unit, lalu pada bulan Februari naik sebanyak 65 unit menjadi 265 unit.

Keputusan pembelian konsumen adalah proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi perilaku dua atau lebih alternatif dan pilih salah satunya (Setiadi, 2008). Ketika konsumen melakukan pembelian produk Smartphone merek OPPO di Kota Solok tentu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *price*, *product quality*, dan desain. Dengan faktor-faktor tersebut mendasari keputusan pembelian bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk *smartphone* OPPO di Kota Solok. Karena harga nya dari harga menengah sampai yang tinggi konsumen ada yang sanggup membeli OPPO dan sebagiannya lagi tidak mampu untuk membeli.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen

(Survey pelanggan *smartphone* OPPO di Kota Solok)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah diatas, maka dapat

dikemukakan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok ?
3. Bagaimana pengaruh Desain terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone* OPPO di Kota Solok

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* OPPO di Kota Solok. Kemudian penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi untuk peneliti berikutnya dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh OPPO store di kota Solok agar dapat menyikapi pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian konsumen produk *smartphone*.

1.5. Ruang Lingkup

Penelitian ini akan membahas mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *smartphone* OPPO di Kota Solok, dengan variabel dengan variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, desain dan keputusan pembelian dan pengaruh semua variabel tersebut .

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Literatur

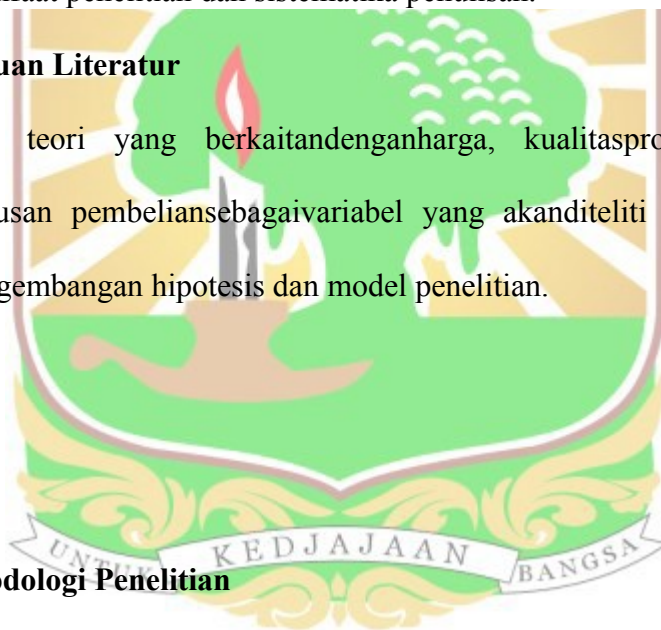
Bab ini berisi teori yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian sebagai variabel yang akan diteliti serta penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, table operasional dan pengujian data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, serta pembahasan dan hasil penelitian.



BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian dimasa yang akan datang.

