

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat menuju kearah yang baik, ini dibuktikan dengan munculnya alat komunikasi yang semakin canggih. Beberapa tahun terakhir ini *smartphone* atau sering disebut telepon pintar mampu menguasai pasar penjualan alat elektronik di dunia. Dengan adanya *smartphone* memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi, sehingga membuat manusia lebih praktis dalam mencari informasi dan berkomunikasi dalam keadaan apapun. Peluang ini justru dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang elektronik untuk menciptakan *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan bagi konsumen.

Melihat respon serta antusias masyarakat yang sangat tinggi akan kebutuhan terhadap perangkat komunikasi, *smartphone* merupakan hal yang melatar belakangi *Oppo Electronic Corp, Ltd* untuk ikut ambil bagian dalam meramaikan pasar *smartphone* di dunia. *Oppo Electronic Corp, Ltd* kali pertamanya didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen atau perusahaan elektronik yang berpusat di Dongguan, Guandong, China. Sebelum menjajaki dan menciptakan teknologi *smartphone*, Oppo lebih dahulu memproduksi peralatan elektronik seperti *Portable Media Player, MP3 Player, LCD TV, DVD, eBook, dan Disc Player*. Hingga pada tahun 2008 Oppo mulai

melakukan inovasi dan memproduksi *smartphone* untuk pertamanya, pada bulan april 2013 Oppo secara resmi menginjakan kaki di Indonesia dan memasarkan produknya. Sebelum menjajaki pasar Indonesia Oppo terlebih dahulu sudah melebarkan sayap di pasar Vietnam, Qatar, Rusia, dan Amerika. Sejak saat itu perusahaan serta manajemen Oppo terus melakukan kegiatan promosi dalam upaya memperkenalkan produk serta kualitas produknya yang dilakukan melalui berbagai media seperti TV, Internet, Media Cetak dan sebagainya. *Smartphone* unggulan Oppo yaitu, *Oppo Find Way U7015*, *Oppo Find 5*, dan *OPPO Find Piano*. Harga *smartphone* Oppo yang ditawarkan di pasar Indonesia sampai saat ini sangat terjangkau, walaupun ada beberapa tipe dari Oppo yang memiliki harga relatif mahal, hal ini dikarenakan model dari tipe tersebut sangat eksklusif (www.mandalamaya.com).

Perusahaan ini mulai memproduksi *smartphone* yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan alat berkomunikasi serta alat untuk mencari informasi yang bisa digunakan dalam keadaan dan dalam waktu apapun, serta dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga dengan kepuasan yang dirasakan, konsumen dapat mempengaruhi keluarga, teman, serta kelompok lain untuk mencoba atau bahkan melakukan pembelian terhadap produk Oppo. Menurut Winardi, dalam (Weenas, 2013) ada hal yang harus dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan dan membeli suatu produk misalnya, harga, kualitas produk, dan promosi. Menurut Peter dan Olson, dalam (Weenas, 2013) keputusan pembelian

merupakan suatu proses pengintegrasian yang digabung untuk mengevaluasi serta menilai beberapa perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Jika seorang pemasar mampu membaca serta mengenali dengan baik kebutuhan konsumen, menciptakan dan mempertahankan produk yang berkualitas, menetapkan suatu harga, serta melakukan kegiatan promosi secara efektif, maka produk-produknya mampu bersaing dan laris dipasaran.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* OPPO (Studi pada Mahasiswa UMS)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan dilakukan pembahasan pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo studi pada mahasiswa UMS.

D. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan:

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

2. Bagi Penulis:

Dapat memberikan gambaran bagi penulis mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak Lain:

Dapat berguna sebagai dasar penelitian yang sejenis di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sumber pustaka yang dapat menambah wacana baru dalam penelitian sejenis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematikan penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang landasan teori penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan kerangka pemikiran, hipotesis, variabel penelitian, definisi operasional, populasi, sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari hasil analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran terhadap penelitian yang dikemudian hari diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**