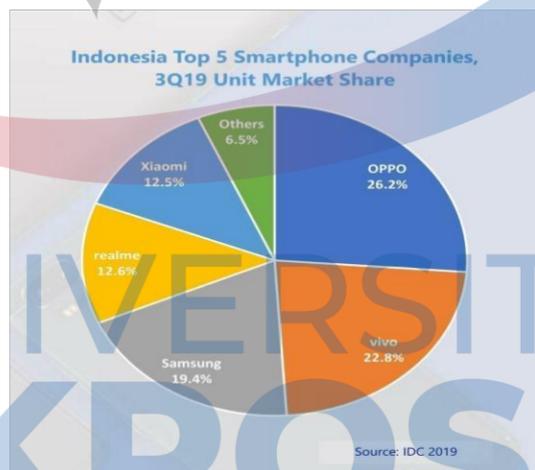


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modernisasi manusia sangat bergantung pada teknologi, hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar setiap masyarakat, teknologi *smartphone* yang pada awalnya hanya menjadi sebuah alat komunikasi nirkabel berkembang menjadi alat komunikasi yang wajib digunakan karena selain menjadi alat komunikasi *smartphone* juga bisa digunakan untuk mengambil foto, merekam video, mendengarkan music, Gaming, mengakses internet dengan cepat dan mudah, membeli kebutuhan dan untuk saat ini *smartphone* menjadi tempat mencari nafkah atau memulai sebuah bisnis, hal ini menyebabkan semua orang sudah dituntut menggunakan teknologi. *Smartphone* memiliki banyak pilihan desain serta harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan konsumen, adapun beberapa merek *smartphone* yaitu Oppo, Vivo, Samsung, Xiaomi dan masi banyak merek lainnya.



Gambar 1. 1 Data *top 5 Smartphone* di Indonesia tahun 2019 menurut IDC
Sumber : IDC.com

Menurut laporan kuartal ketiga pada 2019 dari lembaga riset IDC, data diatas adalah daftar top 5 vendor *smartphone* di Indonesia untuk periode Juli-September. Dapat dilihat secara berurutan Oppo meraih posisi teratas dengan persentase 26,6%, Vivo dengan persentase 22,8%, Samsung dengan persentase 19,4% dan dua lainnya yaitu Realme dengan persentase sebesar 17,6% dan Xiaomi dengan persentase 12,5%. Menurut analisis riset IDC Samsung telah menguasai pasar Indonesia sejak tahun 2013, tetapi ini bukan pertama kalinya Oppo menguasai pasar Indonesia [1]. Samsung benar-benar ditaklukan Oppo sejak kuartal kedua pada tahun 2019,

karena Samsung mengeluarkan seri A pada awal tahun tetapi pada kuartal ketiga Samsung sudah mengeluarkan penerusnya yaitu seri As, sedangkan seri A masih banyak di pasaran terlebih harga Samsung yang kurang kompetitif, hal itu menyebabkan penjualan smartphone Samsung menurun sangat tajam. [1]

Harga pada segmen *mid-range* mengalami pertumbuhan sebesar 11,1% pada kuartal ketiga tahun 2019, harga tersebut mulai dari Rp. 2,800,000 – Rp. 5,600,000 hal itu dipicu karena model yang ditawarkan memenuhi kebutuhan konsumen seperti *Gaming* dan konsumsi media hiburan. [1]

“Harga adalah jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.” [2].

“Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan” [5]. Dalam memilih *smartphone* konsumen harus memperhatikan indikator seperti Kinerja pada *smartphone* tersebut, keistimewahan tambahan dari *smartphone* seperti desain pada *smartphone* yang akan di beli, kehandalan yang ada pada *smartphone* tersebut dan daya tahan *smartphone* tersebut, karena jika tidak melihat kinerja, keistimewaan (Fitur), kehandalan dan daya tahan bisa saja konsumen salah memilih *smartphone* yang dibeli dan tidak sesuai dengan kebutuhan yang konsumen butuhkan. Oppo memegang pangsa pasar terbesar dengan model smartphone K3, A5, dan A9 2020. Sementara Vivo unggul berkat model Z1 Pro [6].

“Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan” [7]. Desain pada produk Oppo memang masih sedikit tetapi Oppo memiliki beberapa tipe dengan edisi khusus dan berkolaborasi dengan beberapa designer untuk membuat desain Oppo edisi Khusus. Beberapa contoh oppo dengan edisi Khusus yaitu Oppo F11 yang mengeluarkan edisi Avenger, Oppo Reno 10x Zoom yang berkolaborasi dengan Barcelona.

Toko Nasional Ponsel sangat dekat dengan pemukiman masyarakat dan menjual banyak produk dan menawarkan harga sesuai pasaran yang ada, dengan kualitas yang sama dikarenakan hal itu masyarakat lebih memilih berbelanja di Toko Nasional Ponsel.

Sejalan dengan hal diatas keputusan konsumen dalam pembelian *smartphone* OPPO dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, harga yang murah

dan terjangkau, selain itu juga desain turut mempengaruhi keputusan pembelian, umumnya konsumen menginginkan desain yang inovatif dari waktu ke waktu kemudian konsumen menginginkan harga yang sesuai dengan budget dan kualitas produk yang tahan dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai tema dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko National Ponsel Takengon Aceh Tengah)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo?
3. Apakah design berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo?
4. Apakah kualitas produk, harga dan design berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo?

1.3 Ruang Lingkup

Agar penelitian lebih fokus, pelaksanaan penelitian dibatasi dan difokuskan pada pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo (Studi kasus pada Konsumen *Smartphone* Oppo pada Toko National Ponsel Takengon Aceh Tengah).

1. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian
2. Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga dan Desain
3. Objek penelitian atau responden yang akan diteliti adalah pengguna *Smartphone* Oppo pada Toko National Ponsel
4. Tahun penelitian ini dilakukan pada Januari-Juni 2019

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Desain terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pembeli *Smartphone* pada Toko National Ponsel Takengon dalam menentukan keputusan pembelian Smartphone.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi pada toko national ponsel takengon

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange” [10].

Perbedaan dengan peneliti terdahulu :

1. Variabel Independen, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan variabel Kualitas produk dan Harga, sedangkan pada penelitian ini peneliti menambahkan satu variabel yaitu Desain. Desain produk secara leksikal adalah aktivitas merancang suatu benda yang akan diolah dan diproduksi menjadi benda yang lebih bernilai dan bermanfaat. Produksi erat kaitannya dengan industri yang membutuhkan teknologi, manajemen, dan parameter teknis lainnya untuk dapat beroperasi. [11]

2. Objek yang diteliti, dimana pada penelitian terdahulu Objek yang diteliti adalah *Smartphone* merek Samsung, sedangkan pada penelitian saat ini peneliti meneliti *smartphone* merek OPPO.
3. Subjek yang diteliti, dimana pada penelitian terdahulu subjek yang diteliti adalah “Samsung Store Mall Bintaro Exchange”, sedangkan pada penelitian saat ini peneliti meneliti pelanggan Toko National Ponsel Takengon Aceh tengah.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL