

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat perusahaan berlomba untuk memberikan produk yang terbaik agar di beli konsumen. Perusahaan mempertahankan kualitas produk agar tetap berkembang. Salah satunya yaitu *Smartphone* Oppo berinovasi dalam mengembangkan produk.

Smartphone Oppo merupakan salah satu teknologi elektronik yang mempunyai kualitas produk yang unggul karena kebutuhan masyarakat indonesia sebagai alat komunikasi. Salah satunya yaitu spesifikasi pada *smartphone* Oppo terbukti dari setiap tahun meningkat. Dalam membeli suatu produk konsumen mempertimbangkan citra merek yang kuat dan keunggulan suatu produk salah satunya fitur yang lebih baik. Selain itu harga sangat menentukan untuk membangun keputusan pembelian. (<https://gadgetsquad.id/news>, 2021).

Generasi milenial adalah generasi yang berpengaruh pada dunia teknologi digital yang canggih, pola pikir, kreatif dan inovatif dalam penggunaan media komunikasi. Dengan mengeluarkan produk yang berkualitas dapat di tawarkan ke konsumen dengan fitur-fitur yang menarik dan spesifikasi yang ditawarkan sehingga membuat pengguna tertarik. Selain itu kapasitas baterai yang di berikan cukup tinggi dan di lengkapi sistem *fast charging* dapat menghemat daya listrik dan kamera yang berkualitas.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler dan Philip, 2006). Selain itu kualitas produk *Smartphone* Oppo memiliki berbagai macam model dan warna yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu fitur yang baik sangat penting karena untuk meningkatkan kualitas produk serta memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu Anwari & Djawoto (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Berikut ini tabel *Top Brand Index* di Indonesia pengguna akhir tahun 2018, 2019 dan 2020.

Tabel 1.1
Brand Index Smartphone 2018-2020

MEREK	TAHUN		
	2018	2019	2020
OPPO	11,2%	16,6%	17,7%
Xiomi	13,5%	14,3%	10,1%
Vivo	6,5%	7,4%	7,9%
Lenovo	2,25%	11,4%	2,0%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index-2020/>

Pada tabel 1.1 selama tahun 2017 sampai 2019 telah menunjukkan *top brand* yang konsisten. Dengan keberhasilan ini berdasarkan laporan yang dikeluarkan Oppo berhasil menduduki tingkat yang tinggi pada tahun 2019. Hal ini bisa terjadi karena *Smartphone* oppo mampu menyediakan produk yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan baik dari kalangan menengah sampai kalangan ke atas.

Oppo merupakan salah satu perusahaan *Smartphone* yang banyak merilis ponsel di berbagai kelas seri *smartphone* antara lain desain yang menarik, harga yang sesuai disiapkan oleh produsen Oppo. Informasi yang termuat pada sertifikasi Thailand menunjukkan bahwa perangkat *Smartphone* oppo ini akan membawa pengisian daya cepat 30 watt yang telah diperoleh oleh *Smartphone* oppo (<https://akurat.co/iptek/id>, 2021).

Citra merek yang terkenal juga mempengaruhi konsumen dalam menentukan pembelian produk. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam ingatan konsumen.

Kualitas produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian perusahaan memberikan kualitas yang baik dan sesuai kebutuhan konsumen. Faktor yang membentuk citra merek yaitu mudah dikenali, selalu diingat, merek yang baik. Berdasarkan kajian penelitian Ashari (2020) bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan untuk disesuaikan fitur produk Kotler dan Keller (2009: 67). Harga ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan pandangan konsumen baik dari segi nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk *Smartphone* oppo tersebut. Faktor harga adalah unsur penting dalam menentukan keputusan pembelian produk dan mampu menjadikan daya tarik dalam menentukan sebuah produk. Karena variasi harga yang menarik konsumen untuk lebih tertarik dalam menentukan pembelian. Selain itu faktor dari dimensi harga yaitu keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga.

Berdasarkan kajian penelitian Ashari (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian dilakukan oleh individu sebagai konsumen. Selain itu keputusan pembelian lebih sering didasarkan pada mempertimbangkan suatu merek dari pada hal-hal yang lain. Menurut Kotler (2009:53) proses suatu keputusan dimana konsumen melewati lima tahap antara lain penegnanan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan *brand index* dari tabel diatas *Smartphone* Oppo dapat dilihat masih dapat mempertahankan sebagai merek terbaik antara merek pesaing yang ada dan sebagai *market leader* produk *Smartphone*. Dapat dilihat pada tahun 2018-2020 mengalami peningkatan dari 11,2% sampai 17,7% dari tahun sebelumnya ke tahun 2020 semakin meningkat. Dilihat statistik pengukuran kekuatan merek atau *Top Brand Index(TBI)*. Pada tahun 2018 meraih angka sebesar 11,2% dan tahun 2020 angka yang tinggi sebesar 16,6% dan di tahun 2020 kembali meningkat sebesar sehingga

nilsi TBI yang di peroleh sebesar 17,7%. Dengan perkembangan zaman modern juga bisa di lakukan dengan menentukan harga efektif dengan cara melalui diskon harga untuk memikat konsumen membeli produk dan selain itu mempermudah perusahaan untuk menjual produk ke konsumen dengan cara efektif. Keputusan pembelian adalah konsumen mengenai preferensi atas merek yang ada di dalam pilihan konsumen (Kotler dan Keller, 2009:240).

Berdasarkan uraikan sebelumnya penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Empiris Pada Konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya ,maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone Oppo* pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan ?
- b. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone Oppo* pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan ?
- c. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone Oppo* pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian di uraikan sebagai berikut:

- a. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone Oppo* Pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan

- b. Menganalisis signifikansi pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo Pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan
- c. Menganalisis signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo Pada konsumen Milenial di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama menempuh perkuliahan serta untuk menambah wawasan penelitian tentang dampak yang terdiri dari citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen
- b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengembangan ilmu pengetahuan.
- c. Bagi Produsen

Hasil penelitian dapat dijadikan sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian.

1.5. Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan laporan skripsi sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab 1 pendahuluan berisi penjelasan mengenai latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 tinjauan pustaka berisi penjelasan mengenai variabel dalam penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, kerangka penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab 3 metode penelitian berisi penjelasan desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini berisi tentang data penelitian, gambaran umum penelitian, hasil penelitian dan pembahasan

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab 5 ini berisi tentang simpulan, keterbatasan dan saran-saran yang dapat digunakan dan diperhatikan untuk perbaikan yang ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya.