

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan di dunia perdagangan sangatlah ketat tentunya didalam bidang teknologi informasi pada saat ini sehingga berdampak pada tingginya persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha sekarang ini. Perusahaan yang ingin berhasil memenangkan kompetisi persaingan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang dapat mampu memahami kosumennya dengan baik.

Persaingan perusahaan untuk memperebutkan konsumen untuk saat ini tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk seperti kegunaan suatu produk. Atribut produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menarik minat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian terkait produk yang bersangkutan. Beberapa atribut produk yang tepat dijadikan acuan untuk menentukan proses pengambilan keputusan pembelian antara lain harga, dan kualitas produk. Didalam memperoleh dan mempertahankan konsumen perusahaan tidak memiliki pilihan lain selain memperbaiki dan mempertahankan kualitas, menetapkan harga yang sesuai, merek dan desain jika tidak ingin konsumen kecewa, berkurang atau bahkan beralih ke produk lain. Apabila konsumen berkurang hal tersebut dapat berpengaruh terhadap penurunan penjualan yang berarti keputusan pembelian juga.

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses sosial dan menejerial yang dalam hal ini individu atau kelompok mendapatkan

kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

Harga memberikan pengaruh yang besar dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Jika harga rendah maka permintaan produk yang ditawarkan meningkatkan dan jika harga produk semakin tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut.

Selain harga, kualitas juga berpengaruh dalam proses keputusan pembelian, dimana jika harga suatu produk disesuaikan dengan kualitasnya maka keputusan pembelian akan diutamakan pada produk tersebut. Perusahaan harus mampu membaca apa yang diinginkan oleh konsumen sebelum mereka memproduksi produk mereka agar diminati oleh banyak konsumen dan memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Distributor telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.

Tampilan atau desain produk yang diciptakan dalam produk handphone memiliki fungsi untuk memikat konsumen. Dengan adanya desain yang menarik dan inovatif diharapkan akan meningkatkan keputusan pembelian yang dilihat dari bentuk, model, warna dan berbagai fitur fiturnya.

Selain desain atau tampilan, merek juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena jika suatu produk sudah mampu menciptakan merek yang dikenal konsumen maka dengan mudah juga produk tersebut menguasai pangsa pasar. Sehingga untuk menjaga kepercayaan konsumen pada merek tersebut, produsen harus bisa menciptakan produk yang berkualitas .

Proses pengambilan keputusan sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk

atau jasa. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian sebuah produk, dalam konsumen biasanya melalui tahap-tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku sesudah pembelian.

Pada zaman yang semakin modern , canggih dan serba cepat *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer bagi semua kalangan masyarakat bagi pelajar, mahasiswa, guru pengusaha dan jenis pekerjaan lainnya. Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan tingkat pendidikan dimana dibutuhkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan, pendidikan, hiburan, bisnis dan lain-lain.

Smartphone adalah sebuah perangkat atau produk teknologi berupa telepon genggam yang memiliki kelebihan dimana fungsi yang lebih cerdas, dan fitur-fitur yang lebih pintar dari ponsel versi biasa.

Salah satu *Smartphone* Android yang disukai masyarakat pada saat ini adalah OPPO *smartphone*. Sejak awal kemunculannya didunia ponsel, OPPO memang dikenal sebagai distributor yang seringkali menjual produk ponselnya dengan harga cukup mahal. Sebagai produsen produk *handphone* China, OPPO membuktikan bahwa kualitas ponselnya tak kalah dengan ponsel yang dibuat oleh pabrikan ternama. Dan terbukti, walaupun masih terhitung produk baru, tetapi produk OPPO bisa bersaing dengan produk ponsel ternama lainnya. Berikut review harga yang saya dapatkan.

Tabel 1.1 Daftar harga *handphone oppo*

NO	Nama & Tipe HP	Harga	Spesifikasi
1.	Hp Oppo tipe Neo 7	Rp. 1.800.000	Layar 5 inchi, memory internal 16 GB , Ram 1 gb, kamera belakang 8 megapixel dan kamera belakang 5 megapixel
2.	Hp Oppo tipe A37	Rp. 2.700.000	Layar 5 inchi, kamera belakang 8 MP dan kamera depan 2MP, Ram 2 GB
3.	Hp Oppo tipe F1s	Rp. 3.800.000	Layar 5,5 inchi , memory internal 32 GB, Ram 3 GB, kamera 13 MP
4.	Hp Oppo tipe F1 +	Rp. 5.500.000	Layar 5,5 inchi, Ram 4 GB, memory internal 64 GB, kamera 13 MP
5.	Hp Oppo tipe Neo 5	Rp. 1.500.000	Layar 4,5 inchi, memory internal 8 GB, Ram 1 GB, kamera belakang 8 MP, kamera depan 2 MP.

Sumber : Toko handphone di jember

Dari daftar harga *handphone oppo* diatas dapat disimpulkan jika *handphone oppo F1 plus* masih menduduki harga yang cukup mahal dengan kualitas yang setara dengan *merk handphone* ternama lainnya. *Smartphone* merupakan produk teknologi yang saat ini memang benar-benar dibutuhkan setiap kalangan. Terbukti mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sudah bisa mengoprasikan *handphone*, dan *handphone* yang banyak diminati adalah *handphone oppo* yang dimana fitur-fiturnya bisa mengungguli *smartphone* lainnya. Dengan harga yang cukup terjangkau kita bisa memiliki *handphone* dengan kualitas yang setara dibandingkan *merk handphone* lainnya yang memiliki

harga yang cukup mahal. Keunggulan *handphone* oppo secara umum yaitu layarnya yang tahan banting, body lebih slim dibandingkan *handphone* lain contoh nya samsung yang memiliki body lebih tebal dan terlihat kurang menarik, selain itu pada *handpone* oppo juga sudah tersedia *fingerprnt* dimana sebuah sensor *hardware* untuk membaca sidik jari seseorang ,sensor ini dapat digunakan ditempat pasword atau membuka konten tertentu. Sedangkan kekurangan *handphone* oppo tergantung dari tipe masing-masing karena fasilitas dari masing-masing tipe berbeda. Di jember oppo sendiri sudah terdapat service center bertempat di Roxy Square Jember. Oppo dan Samsung saat ini merupakan perbincangan yang menarik, jika dilihat dari sisi spesifikasi dan kapasitas batray Samsung tipe S4 memang lebih unggul. Namun dari sisi penampilan *handphone* Oppo tipe Find 5 tampak lebih tipis selain itu resolusi *hanphone* Oppo find 5 juga lebih baik, kamera yang dimiliki Oppo find 5 juga dibekali dengan tombol kamera khusus yang tentunya mempermudah pengguna dalam mengambil gambar, selain itu *handphone* Oppo juga hadir dengan harga yang lebih terjangkau.

Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2015-2016

No	Merk <i>Handphone</i>	Market Share 2015	Market Share 2016
1	Samsung	21,5 %	17,2 %
2	Oppo	8,3 %	16,2 %
3	Xiomi	6 %	13,2 %
4	Vivo	5,6 %	9,5 %
5	Lenovo	5,1 %	7,8 %
6	Other	53,5 %	36,1 %
Total		100 %	100 %

Sumber : IDC Asia/Pasific mobile Phone Tracker

Dari data penjualan diatas dapat disimpulkan dimana oppo berada diperingkat kedua sebesar 16,2% yang dapat diartikan bahwa kualitas oppo tidak diragukan lagi. Dibanding dengan xiomi yang memiliki presentase dari oppo yaitu

sebesar 13,2%. Meningkatnya aktivitas perusahaan , maka perlu adanya kajian mengenai atribut produk *handphone* oppo dalam rangka meningkatkan *volume* penjualan produk. Hal tersebut dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari atribut produk terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo.

Dalam pelaksanaan pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian yaitu produk *handphone* di universitas muhammadiyah jember fakultas ekonomi prodi manajemen tahun 2013, maka perlu dilakukan evaluasi terhadap atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya meliputi harga, kualitas produk, desain dan merek. Atribut produk tersebut sangat berpengaruh dalam pemasaran produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Merek dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember fakultas ekonomi tahun 2013” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo?
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo ?
3. Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo?
4. Desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo?
5. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo ?

1.3 Tujuan

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka tujuan masalah yang akan dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo
3. Untuk mengetahui apakah merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo
4. Untuk mengetahui apakah Desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo
5. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang akan disumbangkan dari hasil penelitian ini yaitu :

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan serta bahan kajian selanjutnya, juga sebagai aplikasi teori yang diperoleh di bangku kuliah

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan bahan wacana untuk melaksanakan penelitian selanjutnya