

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan pasar persaingan yang kompetitif oleh persaingan dari merek dan jenis smartphone. Hal ini disebabkan oleh semakin sering suatu produk diluncurkan dengan terobosan dan inovasi yang bagus. Dunia bisnis semakin kompetitif dan kompleks dijawab oleh sejumlah industri ataupun perusahaan yang sudah ada di level global. Smartphone merupakan telepon genggam yang memiliki kemampuan saat menggunakan dan memiliki fungsi yang mirip dengan komputer. Dengan Smartphone yang terhubung dengan internet kita dapat berkomunikasi lebih mudah kepada teman, keluarga, ini jelas berbeda dengan handphone yang ada sebelum smartphone yang hanya bisa sms dan telepon.

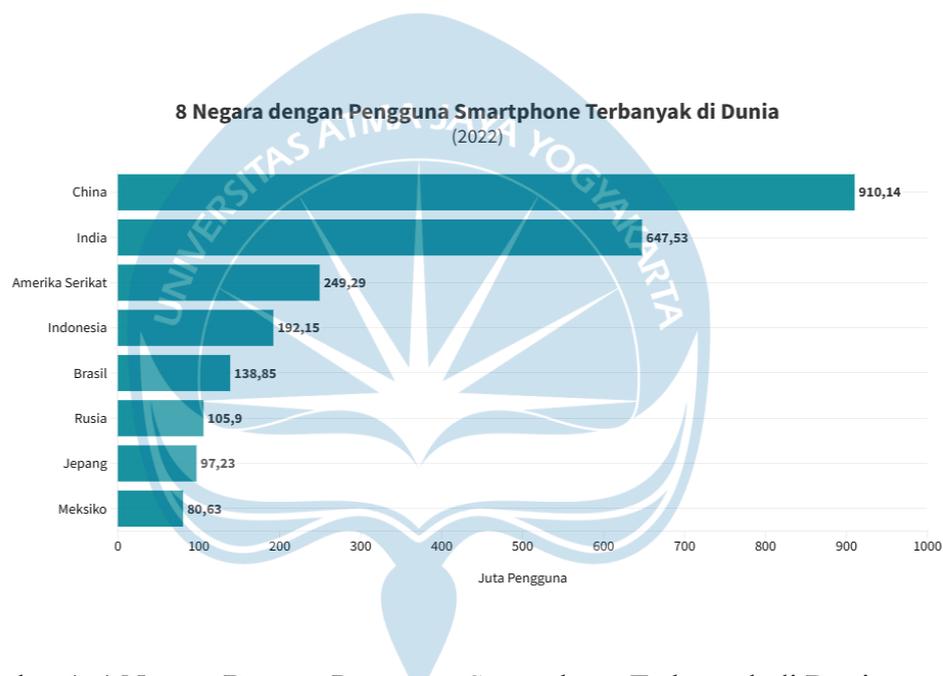
Pemasaran merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan, bisa dikatakan sebagai otak pada keberlangsungan perusahaan. Kegiatan pemasaran merupakan sebuah siklus yang memiliki tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pada produk yang akan dipasarkan. Peningkatan taraf hidup masyarakat yang dapat dilihat dari tingkat kesejahteraan yang meningkat, mengakibatkan konsumen dilayani secara lebih baik, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian agar perusahaan menang dalam persaingan usaha dan bisa bertahan.

Setiap Penduduk yang ada di Indonesia pasti memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda dalam membeli *smartphone*. Kebutuhan *smartphone* dari tahun-ketahun selalu naik dengan merek tertentu. Pola konsumen dalam memilih *smartphone* menginginkan kemudahan baik itu komunikasi dan mendukung kegiatan sehari-hari hingga pekerjaan.

Pengguna *smartphone* di Indonesia setiap tahun selalu berkembang dengan pesat hingga tahun 2026. Lembaga riset statistika memperkirakan pada tahun 2023 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia mencapai 218,73 juta orang. Disisi lain, Indonesia sedang sibuk dalam mempersiapkan jaringan 5G yang di uji coba di beberapa tempat. Pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun 2023 hingga tahun 2026 terus mengalami kenaikan, yakni 218,73 juta orang pada tahun 2023 hingga pada tahun 2026 mencapai 238,79 juta orang.

Saat ini Indonesia berhasil menduduki posisi empat terbesar didunia setelah Cina, India, Amerika Serikat. Dibawah ini merupakan data dengan pengguna *smartphone* di dunia tahun 2022. *Smartphone* yang canggih dan seiringnya perkembangan jaman membuat penggunaan *smartphone* dunia bertambah banyak. Menurut data dari newzoo dari website [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) pada tabel 1.1 penggunaan *smartphone* terbesar didunia tahun 2020 ada di negara Tiongkok, berjumlah 953,55 juta pengguna. Negara dengan pengguna kedua terbanyak yaitu di negara India berjumlah 647,53 juta pengguna. Diperingkat ketiga ada negara paman sam yaitu amerika dengan jumlah 249,29 juta pengguna. Negara Indonesia ada di peringkat keempat dengan 192,25 juta pengguna. Lembaga Newzoo memprediksi pengguna *smartphone* sekitar 3,6 miliar pada tahun 2020 dibanding kan dengan tahun

2019 sebanyak 3,4 miliar pengguna. Pengguna smartphone 2023 menurut newzoo pada tahun 2023 pengguna smartphone akan naik sekitar 4,3 miliar pengguna diseluruh dunia.



Gambar 1. 1 Negara Dengan Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia

Sumber: databoks.katadata.co.id

Vice Chairman of the Indonesia Cellular Association (APSI) Lee Kang mengatakan di Indonesia penggunaan *smartphone* terus tumbuh sebesar 30 persen hingga 50 persen tiap tahunnya. Jumlah ini terus akan bertambah karena produk *smartphone* 5G dan jaringan 5G ini akan terus dikembangkan di Indonesia. Pengguna *smartphone* di Indonesia berkembang pesat karena 3 faktor yaitu meningkatnya jumlah penduduk diusia produktif. Usia produktif adalah fase kehidupan pada usia

subur dan bekerja. Kedua, Penetrasi pengguna internet yang ada di Indonesia semakin meningkat tidak hanya di kota besar namun sampai pelosok Indonesia.

Menurut Top Brand award kategori smartphone posisi OPPO menduduki posisi kedua selama 5 tahun belakangan ini dimulai pada tahun 2019 hingga 2023 namun uniknya OPPO ini selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya berbeda dengan Samsung yang berada di posisi Top brand 5 tahun secara berturut-turut namun penjualan setiap tahunnya mengalami penurunan. Ini membuktikan OPPO sangat serius dengan industri smartphone dengan inovasi, meningkatkan kualitas produknya, harga dan citra merek konsumen pun tanpa ragu untuk membeli produk OPPO.

Tabel 1. 1 Tabel Penjualan Merek Smartphone 5 Tahun Terakhir

| Brand   | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Samsung | 45.8% | 46.5% | 37.1% | 33%   | 32.9% |
| OPPO    | 16.6% | 17.7% | 19.3% | 20.6% | 23.4% |
| Xiaomi  | 14.3% | 10.1% | 12.4% | 11.2% | 10.6% |
| Vivo    | 4.5%  | 7.9%  | 7.9%  | 9.7%  | 9.7%  |
| Iphone  | 0 %   | 0%    | 11%   | 12%   | 12.4% |

Sumber: Top Brand award

Di Indonesia sendiri ada berbagai macam merek *smartphone* mulai dari pemain lama sampai pemain baru yang menjual produk mereka di Indonesia seperti merek Samsung, Xiaomi, OPPO, Vivo, Poco, Advan, Realme. Dari laporan Canals diartikel Kompas.com pada kuartal ketiga 2022 OPPO berhasil menyalip Samsung dari raja pasar smartphone di Indonesia ke posisi 2 dengan market share 21%. Pada

kuartal kedua Samsung diposisi pertama dengan market share sebesar 20%. OPPO memiliki posisi pertama marketshare smartphone di Indonesia dengan 23%. Diperingkat 3 ada merek Vivo dengan 20%. Xiaomi menyusul dengan 13% pangsa pasar. Peringkat 5 ada Realme 12%.

Di lihat dari tabel dibawah ini menyimpulkan OPPO yang berasal dari China sangat diminati masyarakat di Indonesia di kuartal ketiga 2022 dibanding merek yang lain

| Indonesia: top smartphone vendors, Q3 2022 |         |            |               |
|--|---------|------------|---------------|
|  | Vendor  | Unit share | Annual growth |
| #1 ↑                                       | OPPO    | 23%        | -8%           |
| #2 ↓                                       | Samsung | 21%        | -3%           |
| #3 ↓                                       | vivo    | 20%        | -23%          |
| #4 ↔                                       | Xiaomi  | 13%        | -30%          |
| #5 ↑                                       | realme  | 12%        | -22%          |

Source: Canalys Estimates (sell-in shipments), Smartphone Analysis, November 2022

Gambar 1. 2 Lima Merek Smartphone dengan Penjualan Terbanyak Q3 2022

Setelah melihat fenomena diatas, membuat produsen smartphone saling berlomba dalam menawarkan produk dengan fitur terbarunya, setiap bulan para produsen smartphone selalu mengeluarkan produk terbaru mereka dari yang termahal hingga termurah. Merek smartphone sekarang menguasai pangsa pasar yang masuk 5 besar adalah OPPO, Samsung, Vivo, Xiaomi, Realme. Meski banyak pesaing OPPO terus menjadi raja smartphone yang ada di Indonesia.

PT OPPO atau OPPO merupakan merek produsen perangkat pintar yang berasal dari China pada tahun 2004. Di China Perangkat pintar ini kebanyakan dikembangkan di dijual dengan harga yang terjangkau. Ini juga diterapkan oleh perusahaan OPPO yang selalu ingin membuktikan bahwa produknya bisa bersaing dengan produk dari perusahaan lain. Karena kualitasnya dapat bersaing maka OPPO ini melebarkan sayapnya ke berbagai negara salah satunya di Indonesia. Dibanding merek smartphone lain seperti Samsung, OPPO di Indonesia termasuk pemain baru karena baru sekitar 10 tahun di Indonesia tepatnya sejak April 2013. Sampai saat ini OPPO telah memproduksi beberapa jenis produk smartphne dengan spesifikasi dan fitur yang berbeda-beda serta menjadi merek yang mempunyai peringkat bagus dalam hal teknologi di Indonesia.

Suatu keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dilakukan berdasarkan kebutuhan dan keinginan. Dapat dilihat dari kualitas produk yang selalu berinovasi setiap waktu dengan selalu mendengarkan keinginan dan kebutuhan dengan kemudahan penggunaanya daya tahan, kejelasan fungsi. Yang dapat menjadikan smartphone OPPO memperoleh kenaikan dalam penjualan.

Harga salah satu faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian *smartphone* OPPO. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagih atas suatu jasa atau produk, atau seluruh nilai yang diberikan pelanggan dalam mendapatkan keuntungan saat menggunakan suatu produk atau jasa. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat penting, karena harga yang telah ditetapkan perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Maka dari itu penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan spesifikasi dan

fitur yang diberikan agar pasar dapat menerima sehingga penjualan produk meningkat.

Selain Kualitas produk dan harga, keputusan pembelian *smartphone* OPPO tidak lepas dari faktor citra merek dari produk tersebut Merek merupakan nama,tanda,smbol,istilah,kombinasi atau rancangan yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari suatu penjual dan membedakannya dari produk lain. Semakin baik citra merek dari suatu produk di mata konsumen, maka seorang konsumen akan tertarik untuk membelinya. Konsumen memiliki anggapan jika suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya akan memberi rasa yang aman dalam menggunakan produk tersebut.

Topik ini menarik untuk diteliti karena Persaingan antar merek *smartphone* semakin meningkat. Mereka perlu faktor pembeda agar membedakan dengan produk pesaing seperti Suatu keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dilakukan berdasarkan kebutuhan dan keinginan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga,kualitas produk,citra merek. Hal ini bertujuan agar penjualan perusahaan mengalami kenaikan sehingga meraih keuntungan dan menjadi pemimpin pasar *smartphone*.

Dari penjelasan di atas menggarisbawahi bahwa pentingnya pengaruh harga dan kualitas produk dalam membangun citra merek terhadap keputusan pembelian. Ini dapat dibuktikan adanya penelitian dari Ivan Reinaldo, Stefani Chandra (2020) yang berjudul “*The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru*”. Dalam penelitian tersebut

dikatakan bahwa setiap variabel seperti Harga, kualitas produk, citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dapat disimpulkan keempat variabel tersebut berkaitan erat, dalam artian konsumen membeli produk dengan melihat kualitas produk, harga dan citra merek.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Pengguna Oppo Di Yogyakarta)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk *Smartphone* OPPO di Yogyakarta?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk *Smartphone* OPPO di Yogyakarta?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk *Smartphone* OPPO di Yogyakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat dibidang pemasaran,yang berkaitan dengan topik Harga,kualitas produk dan citra merek dari suatu produk smartphone sehingga memudahkan konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan agar mereka dapat mengerti dan memahami faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bagi produk mereka

## **1.5 Sistematika Penelitian**

### **Bab 1: PENDAHULUAN**

Pada bab 1 dari penulisan ini diawali dengan pendahuluan yang diawali dengan sebuah fenomena yang dijadikan topik utama dalam penelitian oleh peneliti. Kemudian dilanjutkan rumusan masalah,tujuan penelitian,manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian kedua ini dibagi dalam beberapa poin, yang pertama tinjauan pustaka yang memiliki peran menjelaskan dan menjabarkan teori dari variabel atau informasi lain yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Kemudian ada penelitian terdahulu dengan topik sejenis, pengembangan hipotesis yang akan menjelaskan tentang jawaban atau dugaan sementara dengan diperkuat penelitian sebelumnya, dan model penelitian yang berisi konsep penelitian.

### **Bab 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab 3 metodologi penelitian dijelaskan lebih detail tentang alat dan teknik yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian, terutama alat yang digunakan dalam mengolah data dan informasi yang didapat. Metode tersebut terdiri dari beberapa sub-bab yaitu jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi, dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, pengujian instrument penelitian dan yang terakhir alat analisis yang digunakan

### **Bab 4: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab 4 ini dijelaskan hasil data yang sudah diperoleh dari hasil pengumpulan data dari semua sumber yang digunakan. Kemudian dijelaskan lebih lanjut kedalam tabel yang berisikan hasil data. Setelah hasil data diperoleh kemudian dianalisis dan dimasukkan ke pembahasan, sumber data yang diperoleh tersebut apakah sudah menjawab rumusan masalah, sumber data tersebut apakah memiliki peran dalam mencapai tujuan penelitian, kemudian penelitian yang dilakukan peneliti sudah mempertegas penelitian sebelumnya atau justru tidak.

### **Bab 5: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir dalam penelitian ini menjelaskan semua yang diperoleh dan ditemukan dari penelitian ini diperkuat dari berbagai sumber yang digunakan peneliti. Peneliti memberikan semua hasil analisis yang telah dilakukan dengan singkat dan jelas. Kemudian pembahasan yang dialami oleh peneliti dalam menjalankan penelitian ini. Selanjutnya implikasi manajerial, dan saran yang membangun terutama bagi penelitian selanjutnya.