

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini perkembangan teknologi informasi semakin meningkat khususnya *smartphone*. terbukti dengan banyaknya merek *smartphone* yang beredar di pasaran. Dengan banyaknya merek *smartphone* yang ada, perusahaan berupaya bagaimana caranya agar lebih unggul dari para pesaingnya. Keberhasilan bisnis salah satunya ditentukan oleh kemampuan memperkenalkan produk melalui promosi. Pada hakikatnya promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran. yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan calon konsumen atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima dan membeli produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan.

Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk telah melalui beberapa proses sebelum membeli. Pembelian bukan hanya merupakan satu tindakan saja (misalnya karena produk), melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang satu sama lainnya saling berkaitan (Kotler dan Armstrong 2012). Konsumen cenderung bersikap lebih kritis dan telah mempunyai banyak pilihan untuk memilih *smartphone* yang sesuai dengan keinginan mereka.

Smartphone saat ini seakan-akan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Fungsi dari *smartphone* tidak hanya sekedar digunakan untuk melakukan sms, menerima dan menjawab panggilan saja, tetapi juga berfungsi menyerupai komputer, dan dapat dimanfaatkan sebagai pendukung bisnis, sarana belajar, sosial media dan sarana hiburan atau game (http://id.m.wikipedia.org/wiki/ponsel_cerdas). Seiring dengan

perkembangan *smartphone* yang begitu pesat membuat produsen lokal maupun asing bersaing untuk menciptakan produk yang unggul, hal ini bertujuan untuk memperebutkan pangsa pasar (Auliannisa dan Syahputra, 2017). Terkait persaingan yang semakin ketat perusahaan harus mampu mencermati perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Rihasto, 2015).

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan. Keputusan pembelian konsumen di didasari atas beberapa hal, seperti harga, dan kualitas produk. Harga memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2012:152). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52), harga merupakan jumlah nilai yang di tukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa. Harga dibentuk oleh beberapa indikator antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (Menurut Kotler dan Armstrong, 2016:78).

Selain harga, kualitas produk juga bisa menjadi daya tarik atau penentu dalam pengambilan keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing, jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat (Kotler dan Armstrong, 2012:354). Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kualitas kinerja, daya tahan, desain produk dan fitur produk (Tjiptono, 2010:25).

Terkait dengan perkembangan *smartphone*, oppo merupakan salah satu merek *smartphone* yang beberapa tahun terakhir ini memasuki pasar Indonesia dan mampu bersaing

dengan produk smartphone lainnya. Menurut data penjualan beberapa toko yang ada di Pulau Sapeken, smartphone oppo berada di peringkat pertama dalam penjualan smartphone di Pulau Sapeken dengan rata-rata penjualan keseluruhan pada tahun 2018 tercatat sebesar 945 unit smartphone oppo terjual. Dengan tingginya penjualan tersebut, oppo termasuk salah satu smartphone yang diminati dan digunakan oleh masyarakat Pulau Sapeken.

Sapeken adalah sebuah pulau sekaligus kecamatan di kepulauan Sapeken, Kabupaten Sumenep, yang terletak di bagian paling timur Madura. Mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai nelayan dan pedagang yang aktivitas perdagangannya masih dilakukan secara konvensional. Akan tetapi kondisi tersebut tidak mempengaruhi antusias mereka untuk membeli smartphone, khususnya smartphone oppo. Hal ini dibuktikan dengan angka penjualan yang tinggi yakni 945 unit smartphone terjual dalam tahun 2018 di Pulau Sapeken.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul "**Pengaruh Iklan Televisi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah dapat dituliskan sebagai berikut :

- 1) Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Pulau Sapeken?
- 2) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Pulau Sapeken?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Pulau Sapeken.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartpphone Oppo di Pulau Sapeken.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

- a) hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan pada umumnya, dan pengembangan pengetahuan yang sejenis, yang berhubungan dengan pemasaran.
- b) Bagi pihak lain mahasiswa atau umum, di harapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan ilmu pengetahuan yang baru bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara praktik

- a) Bagi perusahaan smartphone, penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan menjadi bahan masukan yang bermanfaat untuk menyusun strategi dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang akan di pasarkan.
- b) Bagi peneliti, penelitian ini diharap dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman dalam melakukan penelitian selanjutnya.