BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang terus meningkat, mendorong muncul berbagai perangkat atau peralatan yang dapat membantu aktifitas yang dilakukan oleh manusia.Salah satu peralatan yang muncul sebagai bagian dari perkembangan teknologi adalah ponsel atau telepon selular.Ponsel merupakan peralatan umum yang telah dimiliki oleh setiap orang pada saat ini. Ponsel membantu manusia untuk saling berkomunikasi walaupun terpisah antara jarak dan waktu, sejaan dengan proses inovasi yang terus dilakukan manusia ponsel pada saat ini tidak hanya sekedar peralatan yang membantu manusia dalam pengiriman *massager* atau *voice mail*akan tetapi ponsel pada saat ini merupakan peralatan pintar yang memiliki multi fungsi.

Ponsel disamping manfaat dasar, peralatan tersebut juga dapat digunakan sebagai sarana hiburan, seperti bermain game, mendengarkan music, rasio, atau pun menonton televisi.Disamping itu ponsel juga dapat menjadi fasilitator untuk berselancar di dalam dunia virtual dan sangat bermangaat dalam membantu aktifitas yng dilakukan masyarakat. Rutinitas yang padat akan mendorong setiap individu mencari peralatan komunikasi yang komplek, salah satu pilihan utama yang paling banyak digunakan masyarakat adalah pemanfaatan ponsel cerdas atau disebut dengan android.

UNIVERSITAS BUNG HATTA

Dalam beberapa tahun terakhir inovasi pengembangan ponsel pintar (*smartphone*) khususnya android terus dilakukan, hal tersebut dapat diamati dari banyaknya merek android yang memasuki pasar Indonesia, mulai dari merek yang telah memiliki nama seperti Samsung, hinga mereka yang siap menjadi penantang pasar bagi merek yang telah mapan seperti Oppo. Menurut Robert (2018) android Oppo merupakan pemain baru dalam dunia perangka telekomunikasi akan tetapi karena konsepnya produk yang inovatif Oppo mampu menjadi penantang pasar utama bagi keberadaan merek merek ternama.

Oppo merupakan produk ponsel cerdas yang cukup fenomenal, dalam beberapa tahun kemunculannya mereka telah mampu menjadi penantang pasar merek ponsel yang telah memiliki nama seperti Samsung, Motorola, atau pun Nokia. Keberanian Oppo dalam melakukan inovasi teknologi, khususnya yang berkaitan dengan camera khususnya selvi menjadi daya tarik untuk mendorong peningkatan penjualan ponsel Oppo dengan segala variance. Keberhasilan Oppo untuk menjadi ponsel dengan penjualan tertinggi di India, Srilangka dan Indonesia pada beberapa waktu yang lalu merupakan bukti Oppo merupakan ponsel cerdas yang sangat potensial mengalahkan dominasi Samsung sebagia pemimpin pasar ponsel cerdas saat ini (Arifian, 2019)

Hingga saat ini Oppo telah menghasilkan dan memasarkan banyak variasi android untuk pasar Indonesia, termasuk di Kota Padang, hampir seluruh distributor dan penjualan perangkat teknologi komunikasi menjual bebas Android merek Oppo kemasyarakat. Jika diamati perkembangan penjualan android Oppo

UNIVERSITAS BUNG HATTA

sepanjang tahun 2018 di dua distributor penjualan ponsel besar di Kota Padang terlihat pada grafik di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Perkembangan Penjualan Merek Ponsel di Lorus Ponsel
Periode Januari – Desember 2018

Bulan	Merek Ponsel					
	Samsung	Oppo	Xiomie	Huawei	Vivo	Merek Lain
Jan	176	130	78	11	97	44
Feb	112	103	114	17	76	65
Mar	214	110	121	21	104	32
Apr	99	90	131	6	77	45
Mei	76	165	88	43	54	65
Jun	218	130	98	19	151	43
Juli	231	125	157	9	126	21
Agus	161	97	102	21	165	43
Sept	191	131	94	27	77	32
Okt	121	178	67	22	91	22
Nov	117	111	88	17	31	41
Des	211	107	91	19	57	33

Sumber: Lorus Ponsel (2019)

Pada Tabel 1.1 terlihat penjualan ponsel merek Oppp bersaing ketat dengan beberapa ponsel merek lainnya seperti Samsung, Xiomy hingga Vivo, dari data penjualan tersebut diketahui ponsel dengan nilai penjualan tertinggi masih dimiliki oleh Samsung, sedangkan diposisi kedua sama sama dimiliki oleh Oppo dan Xiomie. Sesuai dengan data yang diperoleh mengisyaratkan bahwa Oppo merupakank ponsel yang memiliki posisi sebagai penantang pasar, yang siap mengambil posisi beberapa merek mapan khususnya Samsung di Indonesia pada umumnya dan Kota Padang pada khususnya.

Menurut Ridho (2019) meningkatnya penjualan variance ponsel cerdas khususnya Oppo tidak terlepas dari inovasi tiada henti yang dilakukan oleh Oppo, untuk variance terbaru, OPPO memperkenalkan ponsel cerdas yang diperuntukan bagi pengguna yang berusia remaja dan pencinta selvi. Dengan bekerja sama

UNIVERSITAS BUNG HATTA

dengan Sonny Corporation mereka mampu menampilkan kamera dengan kualitas yang tinggi hingga mencapai 64 mega pixel, selain itu mereka juga memiliki teknologi penghemat daya dan sistem pengamanan pengguna yang juga canggih, walaupun memiliki teknologi yang mutahir akan tetapi ponsel tersebut tidak dibandrol dengan harga yang mahal, di pasaran Indonesia pada umumnya dan Padang pada khususnya Oppo dikenal sebagai ponsel dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga mendapatkan sebutan sebagai ponsel cerdas yang dimiliki sejuta umat.

Sesuai dengan survey awal yang telah peneliti lakukan kepada 30 orang responden pengguna ponsel Oppo dengan berbagai macam tipe diperoleh informasi seperti terlihat pada Tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Survey Kualitas Pemanfaatan Ponsel Cerdas Merek Oppo
Periode November 2019

Pernyataan	Setuju		Kurang Setuju		Total
	Fi	%	Fi	%	
Pemakaian perangkat yang relatif mudah	19	63.33	11	36.67	30
Daya tahan Baterei yang tinggi	13	43.33	17	56.67	30
Camera yang berkualitas	21	70.00	9	30.00	30
Daya tahan ponsel yang tinggi	11	36.67	19	63.33	30

Sumber: Survey Awal (2019)

Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa 19 orang atau 63.33% responden mengakui pemakaian perangka yang relatif mudah, sebanyak 21 orang atau 70% responden lainnya mengakui bahwa camera yang dimiliki perangkat ponsel merek Oppo cukup mumpuni, didalam survey juga terlihat 17 orang atau 56.67% responden mengakui kelemahan yang dimiliki ponsel cerdas merek Oppo terletak pada komposisi baterei yang relatif tidak memenuhi harapan, selain itu ponsel di nilai

UNIVERSITAS BUNG HATTA

tidak memiliki daya tahan yang dinyatakan di dalam brosur promosi. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui survey awal kepada konsumen pengguna peneliti menduga bahwa berfluktuasinya penjualan ponsel pintar merek Oppo disebabkan kerena adanya kelemahan yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan ponsel merek Oppo khususnya di Kota Padang.

Menurut Kotller dan Keller (2012) keputusan pembelian menunjukan proses yang dilalui oleh konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sebuah merek. Keputusan tersebut dimulai dengan adanya kebutuhan, yang mendorong konsumen untuk mencari informasi tentang pilihan alternatif merek produk yang ingin dibeli, setelah menemukan sejumlah merek produk yang diyakini dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka pemilihan alternatif merek produk yang akan dibeli akan terjadi, setelah konsumen menentukan merek pilihan, maka keputusan pembelian akan terwujud, sehingga terjadilah pemakaian merek yang mendorong mereka untuk melakukan evaluasi terhadap nilai dan manfaat yang dirasakan setelah menggunakan merek produk tersebut.

Loveloct dan Wheiz (2014) munculnya keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek dapat dipengaruhi oleh sejumah variabel diantaranya variasi, promosi dan harga untuk memperoleh produk. Masing masin variabel diduga akan mendorong menguatnya keputusan pembelian konsumen dalam membeli sebuah merek produk atau jasa tertentu. Ketika produk yang akan dibeli memiliki variasi atau banyak manfaat serta didukung oleh tingginya frekuensi promosi dan harga yang relatif terjangkau diduga akan memperkut keputusan konsumen untuk membeli merek produk tersebut.

UNIVERSITAS BUNG HATTA

Sumarwan dkk (2016) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan merek produk yang mereka hasil kepada konsumen luas.Kegiatan promosi ditandai dengan adanya pemilihan media yang digunakan. Semakin tepat media yang dipilih akan menentukan luasnya penyampaian informasi lewat promosi yang berhasil dilakukan. Semakin tinggi aktifitas promosi yang dilakukan peruahaan akan mempermudah konsumen untuk mencari tahu informasi tentang keberadaan merek. Semakin lengkap informasi yang dimiliki konsumen tentang keberadaan merek maka akan semakin memperkuat keputusan mereka untuk membeli merek produk tersebut.

Terus menguatnya keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek juga dapat dipengaruhi oleh harga yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah merek produk atau jasa.Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan harga sebagai pengorbanan yang harus direlakan konsumen untuk mendapatkan merek produk atau jasa tertentu.Harga menggambarkan kualitas dari sebuah produk. Konsumen akan rela memberikan pengorbanan yang besar pada harga yang ditawarkan pada sebuah merek, asalkan mereka telah memiliki pengalaman positif dalam menggunakan merek. Kesesuaian antara kualitas produk dan harga akan mendorong menguatnya keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek.

Sesuai dengan uraian fenomena penelitian di atas maka, peneliti tertarik untuk mengajukan sebuah penelitian yang akan membahas sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek produk khususnya android merek Oppo di Kota Padang. Penelitian ini merupakan penelitian empiris dan relatif berbeda dari penelitian sebelumnya. Secara umum

UNIVERSITAS BUNG HATTA

penelitian tersebut berjudul: **Pengaruh Variasi produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Android Merek Oppo Di Kota Padang**

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian fenomena dan pro dan kontra hasil penelitian terdahulu maka diajukan sejumlah masalah yang akan dibuktikan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian android merek Appo di Kota Padang.
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian android merek Appo di Kota Padang.
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian android merek Appo di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan kepada perumusan masalah tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah menganalisis dan membuktikan pengaruh:

1. Variasi produk terhadap keputusan pembelian android merek Oppo di Kota Padang.
2. Promosi terhadap keputusan pembelian android merek Oppo di Kota Padang.
3. Harga terhadap keputusan pembelian android merek Oppo di Kota Padang.

UNIVERSITAS BUNG HATTA

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan uraian tujuan penelitian, diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Perusahaan distributor, hasil yang diperoleh dapat dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan upaya mendorong peningkatan penjualan andoroid merek Appo khususnya di Kota Padang dengan cara mengevaluasi kebijakan pilihan variasi produk, kebijakan harga, dan acuan pemilihan alternatif media promosi.
2. Praktisi, hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat bagi pihak pihak yang membaca hasil penelitian ini khususnya dalam mengetahui pengaruh variasi produk, harga dan pomosi dalam mendorong meningkatnua keputusan konsumen untuk melakukan pembelian andoroid merek Oppo di Kota Padang.
3. Akademisi, hasil yang diperoleh dapat dijadikan acuan atau referensi bagi pihak pihak dimasa mendatang yang juga tertarik melakukan penelitian yang membahas sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada andoroid khususnya merek Oppo di Kota Padang.

UNIVERSITAS BUNG HATTA