

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman dan mobilitas manusia yang semakin tinggi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi bidang yang perkembangannya sangat pesat. Salah satunya adalah *mobile phone* atau telepon seluler. Jika dahulu hanya digunakan untuk sekedar menelpon atau mengirim pesan pendek, sekarang teknologi mobile ini bisa melakukan tugas-tugas yang lebih banyak lagi. Di Indonesia sendiri iklim persaingan dalam dunia industri *smartphone* semakin menantang.

Perkembangan globalisasi telah menggeser kebutuhan konsumen akan alat telekomunikasi semakin meningkat seiring perubahan pada tingkat pendapatan, gaya hidup, dan pergeseran fungsi telepon genggam. Seiring dengan pertumbuhan pasar, Indonesia menjadi negara alternatif tujuan ekspor ponsel pintar. Semakin banyaknya merek yang beredar di pasaran Indonesia semakin banyak pula pilihan konsumen dalam membeli sebuah *smartphone*. Salah satu *smartphone* yang cukup banyak digemari oleh masyarakat dan menjadi tren hingga saat ini adalah *smartphone* yang berbasis *Operating System Android*.

Salah satu *smartphone* berbasis *Android* yang kini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah *smartphone* OPPO buatan vendor asal China yang memiliki tawaran fitur menarik, kualitas produk, serta harga yang kompetitif. Perusahaan OPPO telah hadir di 2 Indonesia pada tahun 2013 lalu, meski awalnya sempat diragukan namun kini perusahaan tersebut menjadi salah satu merek *smartphone* terbaik di Indonesia. Kehadiran OPPO di Indonesia juga bukan tanpa alasan. Perusahaan yang lebih dulu terkenal dengan *Blue Ray DVD (Digital Versatile Disc)*, kini semakin serius menggarap *smartphone* dan akan menyaingi Samsung, Sony, dan Nokia Lumia (Sindonews, 2013).

Dengan berbagai fitur lengkap dan harga yang bervariasi mulai dari harga menengah ke bawah hingga menengah ke atas, maka hal inilah yang menimbulkan keputusan membeli konsumen pada produk *Android* OPPO. Misalkan saja salah satu produk OPPO *Smartphone* yakni Oppo Neo 5 R1201 GRS dengan fitur yang sudah lengkap dan terbaru serta penampilan yang menarik dan *stylist*, dilengkapi dengan berbagai keunggulan dan keistimewaan tersendiri yang tidak dimiliki oleh *smartphone* berbasis *android* merek yang lain, yang dapat menunjang kebutuhan berkomunikasi dan akses informasi secara cepat dan mudah ditawarkan dengan harga pasar Rp.1.899.000, dibandingkan dengan merek *smartphone* lainnya, misalkan saja dengan merek Samsung dengan fitur yang relatif sama ditawarkan dengan harga pasar Rp.3.000.000.

Menurut Swastha dan Irawan (2008), faktor-faktor keputusan pembelian pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian sertamengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian. Untuk dapat memperoleh baju yang berkualitas dengan harga yang murah, maka diperlukan beberapa faktor agar konsumen tersebut tertarik untuk memutuskan pembelian, menurut Swastha dan Irawan ialah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi kecil, keluarga, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan, dan konsep diri.

Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian yang selanjutnya akan menentukan respon konsumen. Pertama, konsumen itu sendiri. Ada dua unsur dari konsumen itu sendiri yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yaitu pikiran konsumen yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap dan karakteristik konsumen yang meliputi demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, pengaruhsub dan lintas budaya, kelas social, *face to face group* dan situasi lain yang menentukan. (Suryani, 2008)

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan (uncontrolable) oleh perusahaan, tetapi harus

benar-benar diperhitungkan untuk mengkaji pengaruh-pengaruhnya terhadap perilaku pembelian (Kotler, 2007).

Sekarang ini produk-produk *smartphone* dari Cina memang sudah menunjukkan keunggulannya sebagai ponsel murah meriah namun memiliki kualitas yang bagus, tak kalah dari produsen-produsen papan atas dunia. Beberapa tahun lalu mungkin produk-produk dari Cina masih dianggap remeh, namun sekarang industri ponsel dari Cina dengan cepat mendapat hati masyarakat di Indonesia dengan memasarkan *smartphone* Cina dengan harga murah. Istilah *smartphone* Cina muncul karena *smartphone* tersebut merupakan buatan dari Cina dan dipasarkan di Indonesia. Selain itu, produsen memproduksi *smartphone* dengan mengadaptasi dari beberapa *smartphone* yang telah booming di pasaran dan memberikan inovasi baru terkait spesifikasi dalam bentuk *smartphone*. Beberapa merek *smartphone* Cina yang dimaksud adalah Oppo, Lenovo, Cross, Huawei, dan ZTE.

Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan pengukuran kepada konsumen berdasarkan bauran pemasaran diharapkan mampu menjelaskan faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan penjualan *smartphone android* Oppo ini.

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian tugas akhir ini adalah menganalisis hubungan bauran pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian dan mengetahui dan menganalisis variabel dominan yang dimiliki *smartphone android* Oppo.

Dari fenomena diatas peneliti menjadi tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli *smartphone* Oppo. Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK *SMARTPHONE* OPPO”**.

### **B. Identifikasi Masalah**

OPPO adalah merek international yang telah berpengalaman untuk mengantarkan produk-produknya yang berkualitas ke pelanggan di seluruh dunia. Mulai dari Amerika hingga Asia. Oleh karena itu OPPO tak akan pernah berhenti untuk selalu mengikuti teknologi terkini dan selalu menghadirkan produk-produk berkualitas terbaik dan tentunya paling *user friendly* atau bersahabat.

Kemudian berbicara mengenai kualitas, OPPO memiliki mitra internasional yang sangat termuka dan tidak perlu diragukan lagi kualitasnya. Dengan mitra tersebut memastikan bahwa OPPO memiliki hardware terbaik dengan kualitas yang baik.OPPO memiliki kendali sendiri atas semua suplai produknya, mulai dari tahap produksi sampai ke tangan para pelanggan. Sehingga hal tersebut dapat dipertanggung jawabkan bahwa produk dari OPPO dengan kualitas terbaiklah yang akan sampai ketangan pembeli.

Salah satu *smartphone* berbasis *Android* yang kini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah *smartphone* OPPO buatan vendor asal China yang memiliki tawaran fitur menarik, kualitas produk, serta harga yang kompetitif. Perusahaan OPPO telah hadir di 2 Indonesia pada tahun 2013 lalu, meski awalnya sempat diragukan namun kini perusahaan tersebut menjadi salah satu merek *smartphone* terbaik di Indonesia. Kehadiran OPPO di Indonesia juga bukan tanpa alasan. Hal inilah yang membuat peneliti merasa tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smartphone* OPPO.

### **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smartphone* OPPO di Plaza Medan Fair. Peneliti merasa harus membatasi penelitiannya yaitu untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smartphone* OPPO di Melody Cellular Plaza Medan Fair.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smartphone* OPPO.

## **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smarthphone* OPPO.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan ilmu Psikologi konsumen pada umumnya, khususnya mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smarthphone* OPPO. Juga diharapkan menambah kepustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi produsen sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *Smarthphone* OPPO. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi tambahan bagi peneliti berikutnya yang berhubungan dengan perilaku keputusan membeli pada mahasiswa.

