

BAB I

PENDAHULUAN

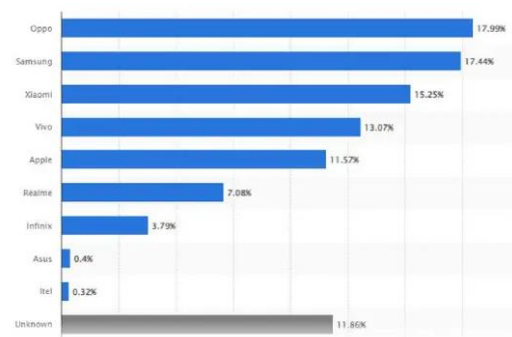
A. Latar Belakang Masalah

Pada era teknologi dan komunikasi mengalami peningkatan begitu pesat saat ini. Alat komunikasi merupakan bagian terpenting dalam berkomunikasi. Perkembangan alat komunikasi yang begitu pesat memberikan peluang bagi perusahaan telekomunikasi. Perkembangannya saat ini dapat dilihat dengan alat komunikasi berupa *handphone*. *Handphone* merupakan alat komunikasi yang saat ini sedang digunakan oleh berbagai kalangan, baik muda ataupun lansia karena dengan *handphone* semua bisa berkomunikasi dengan lancar dimanapun dan kapanpun. Kegunaan dasar yang dimiliki *handphone* terdahulu hanya bisa digunakan untuk berkomunikasi via telepon dan pesan singkat, namun dengan berkembangnya jaman, fitur yang terdapat dalam *handphone* semakin beragam dan bervariasi. Mulai dari layar yang semula hanya berwarna hitam putih sampai yang berwarna-warni lalu dari yang tidak mempunyai fitur kamera menjadi memiliki kamera yang saat ini berkembang semakin baik dari waktu ke waktu. Sejak munculnya teknologi internet, internet menjadi bagian dalam *handphone* tersebut. Semakin kompleksitas keinginan dan kebutuhan dari konsumen menuntut semua fitur yang terbaru beroperasi dalam satu alat komunikasi produk *handphone* yang

berkembang saat ini mulai berkembang menjadi sebuah *gadget* atau bisa disebut juga *smartphone*.²

Seperti dengan OPPO, OPPO merupakan salah satu perusahaan di industri telekomunikasi yang mengembangkan *smartphone* yang saat ini banyak digunakan oleh penduduk Indonesia.

Gambar 1.1 Data Handphone Paling Banyak digunakan



Sumber : Survei statista

Berdasarkan pernyataan di atas, maka tidak kaget produk *Handphone* OPPO berhasil menduduki peringkat tertingginya. Berdasarkan survei statista, Oppo memimpin pasar vendor ponsel di Indonesia, dengan pangsa pasar hampir 18 persen (17%) pada awal tahun 2024. Dari survey statista. Terkait data riset di atas, bisa disimpulkan bahwa Oppo yang paling banyak digunakan dan dibeli orang Indonesia pada tahun awal tahun 2024. Oppo Indonesia mengungkapkan, produk yang mendorong penjualan di awal 2024 adalah oppo eri Reno11 Series 5G. Oppo selalu berkomitmen untuk menghadirkan produk-produk inovatif dan berkualitas tinggi yang

² Grace Rumengan et al., "the Effect of Price Perception, Promotion, and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Oppo Smartphone Products in Manado" 10, no. 2 (2022): 41.

sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Kemudian disusul dari data resmi OPPO Indonesia pencapaian di kuartal 1 2024 dengan memimpin pasar *handphone* Indonesia dengan pangsa pasar 21%.

Gambar 1.2 Posisi Oppo Sebagai Market Leader Kuartal 1



	Vendor	Unit share	Annual growth
#1 🏆	OPPO	21%	+15%
#2 🏆	Xiaomi	19%	+60%
#3 🏆	vivo	17%	+28%
#4 🏆	TRANSSION	17%	+232%
#5 🏆	Samsung	17%	-7%

Source: Canalis Estimates (sell-in shipments), Smartphone Analysis, May 2024

Sumber : Website oppo indonesia

OPPO memberikan komitmen perusahaan untuk menghadirkan produk dan layanan inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia. Tujuan OPPO sebagai perusahaan adalah bekerja untuk memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat, yaitu dengan meningkatkan kualitas hidup melalui teknologi kreatif. OPPO didirikan sejak tahun 2004, OPPO Electronic Crop,.Ltd. Yang telah beroperasi sebagai produsen produk elektronik. Perusahaan telah memperluas kehadirannya di seluruh dunia di lebih dari 40 negara dan wilayah. Lebih dari 40.000 orang saat ini bekerja untuk menciptakan teknologi untuk membuat kehidupan orang-orang lebih nyaman dan efisien. Sejak tahun 2019, OPPO telah menginvestasikan total 1,4 miliar dan 10 yuan dalam merancang desain menggunakan teknologi masa depan. Berkat barang-barang OPPO ini dapat meningkatkan kualitas hidup hamper 300 juta orang

di seluruh dunia. OPPO menawarkan berbagai macam item yang masing-masing dapat disesuaikan secara berbeda. Di Indonesia juga terdapat berbagai merek *handphone* seperti : Vivo, Samsung, Xiami, Realme, apple, dan sebagainya. Seluruh merek bersaing demi meningkatkan penjualan dan mendapatkan hati konsumen. Semakin populernya *smartphone* telah memudahkan masyarakat umum untuk mengakses berbagai informasi, berkontribusi pada pengembangan jaringan informasi dan komunikasi yang lebih efisien.³

Dimana seperti ini *handphone* sangatlah dibutuhkan untuk menopang kegiatan-kegiatan yang sekiranya membatasi pergerakan aktivitas masyarakat sehingga dengan adanya *handphone* bisa membantu mulai dari kegiatan belajar sampai dengan kegiatan perkantoran dalam melakukan pertemuan dan sebagainya. Hal ini juga berdampak pada Mahasiswa FEBI UIN Satu Tulungagung dimana untuk menjalankan kegiatan perkuliahan diwalai dengan melihat jadwal yang dikabarkan langsung oleh Bapak atau Ibu Dosen melalui *handphone* untuk kegiatannya dimulai. Dan seakan-akan diuntut untuk memiliki *handphone* untuk menunjang semua kegiatan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian

³ Diah Anggeraini Hasri dan Reza Muhammad Rizqi, "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone," *Jurnal EK&BI* 5, no. 2 (2022): 311–312.

proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian. Adapun faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini terkait keputusan pembelian konsumen pada produk OPPO adalah Pengaruh Harga, Kualitas produk, Dan Promosi. Adapun dalam penetapan harga jual *smartphone* oppo selalu memperhatikan pasar dan menyesuaikannya dengan kondisi ekonomi yang ada.⁴

Smartphone kini bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga sarana hiburan, pekerjaan, hingga, gaya hidup. Hal ini yang menyebabkan permintaan terhadap *smartphone* terus meningkat dari tahun ke tahun. Namun, ditengah beragam pilihan merek dan fitur yang ditawarkan, faktor harga tetap menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga merupakan suatu unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian yang tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak atas penggunaan produk, yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk. Jika harga terlalu tinggi maka produk yang ditawarkan tidak terjangkau oleh konsumen, dan sebaliknya jika harga terlalu murah maka sebagian konsumen akan mempersepsikan kualitas dari produk tersebut buruk. Konsumen semakin selektif sebelum mengambil keputusan pembelian.

⁴ Rumengan et al., "the Effect of Price Perception, Promotion, and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Oppo Smartphone Products in Manado."

Oleh Karena itu membuat perusahaan harus memberikan yang terbaik agar dapat bersaing.⁵

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan dalam suatu produk. Konsumen saat ini tidak hanya menilai suatu produk dari harga tetapi juga dari mutu, daya tahan, keamanan, dan kepuasan yang diberikan dari segi tampilan juga, dan kualitas produk yang baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan. *Handphone* OPPO sendiri tidak pasti sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, dan *handphone* OPPO menunjukkan kualitasnya sebagai sebuah perusahaan besar dengan bugget Unlimited. Hal tersebut terbukti sangat berhasil semakin banyak orang penasaran dengan setiap tipe *handphone* OPPO yang dipasarkan ke media.

Selepas dari kualitas produk bukan hanya tentang produk itu bisa tersalurkan dan dilihat banyak orang, dibalik itu ada sebuah promos yang menjadi pondasi utama dalam dunia bisnis. Secara umum promosi dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Dan promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Agar konsumen bersedia menjadi langganan, mereka terlebih dahulu harus

⁵ A Adrianto, "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone," *Ilman 2* (2021): 55.

mencoba atau meneliti barang-barang yang di peroduksi oleh perusahaan, akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut jika kurang yakin terhadap barang itu. Di sinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah di harapkan untuk dapat memberikan pengaru poristif terhadap meningkatnya penjualan. Dan yang menjadi sasaran dari penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Mahasiswa yang suka dengan keterbaruan dari sebuah teknologi terbaru dari sebuah *handphone* yang berkualitas. Maka berdasarkan uraian diatas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap keputusan Pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang menggunakan *Handphone* Oppo”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah topik yang berisi tentang permasalahan dari latar belakang yang telah disampaikan. Berdasarkan penjelasan dan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang disimpulkan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI UIN Syyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo?

3. Apakah promosi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBU UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo?
4. Apakah pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan penjelasan mengenai harapan yang diinginkan penulis atas pembahasan dari pemecahan rumusan masalah. Berdasarkan pemaparan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.
3. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.

4. Untuk menguji signifikan pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak dalam menambah informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain :

1. Secara teoritis

Adanya pengkajian ini diperlukan untuk bermanfaat dan dijadikan acuan secara teoritis dalam menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara praktis

- a. Bagi akademik

Penelitian ini dibutuhkan yang dapat untuk menambah sumber rujukan bagi perpustakaan di UIN Tulunagung. Yang khususnya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

- b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan acuan dalam upaya memberi kontribusi untuk terus meningkatkan kualitas produknya, harga yang stabil, dan promosi yang tepat untuk keputusan pembelian

- c. Bagi peneliti selanjutnya

Manfaat penelitian ini juga bisa diperlukan untuk digunakan sebagai sumber rujukan dan informasi tambahan untuk peneliti yang lebih mendalam selanjutnya.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah

1. Ruang lingkup

Pada penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.

2. Keterbatasan masalah

Penelitian ini dibatasi oleh faktor-faktor mengenai keputusan pembelian. Penelitian ini berfokus pada variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), dimana pengaruh harga sebagai X1, kualitas produk sebagai X2, promosi sebagai X3, dan keputusan pembelian sebagai variabel Y.

F. Definisi Operasional

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh harga (X1)

Harga merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga yang di tawarkan oleh suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen tentang nilai harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk dapat

meningkatkan kepuasan konsumen, sedangkan harga yang tidak sesuai dapat menurunkan kepuasan konsumen.

b. Kualitas produk (X2)

Kualitas produk merupakan cara atau langkah dari produk itu sendiri agar bisa diandalkan dan diunggulkan oleh banyak khalayak Orang yang mencakup keawetan, daya tahan produk, pengemasan produk, kemudahan kemasan, ataupun ciri-ciri lainnya. Kualitas produk yang baik maupun buruk dinilai oleh konsumen berdasarkan apa yang mereka lihat dan rasakan. Pembeli akan merasa cocok jika produk tersebut bisa sesuai dengan keinginan konsumen.

c. Promosi (X3)

Promosi kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai strategi pemasaran yang bertujuan mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk yang ditawarkan. Promosi ini melibatkan berbagai aktivitas yang di rancang untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen, sehingga mereka merasa lebih puas dan loyal terhadap suatu produk.

d. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan keseluruhan sikap yang di ekspresikan oleh konsumen terhadap suatu produk setelah mereka mencoba. Sikap ini melibatkan penilaian *evaluative* yang disebabkan oleh seleksi pembelian akhir dan pengalaman mengkonsumsi suatu produk.

2. Secara Operasional

Diuraikan dari penjelasan di atas dari penjelasan konseptual, maka dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *handphone* oppo pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel pengaruh harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Yang Menggunakan *Handphone* Oppo.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi bertujuan dalam memudahkan menulis laporan penelitian yang dilakukan, kemudian dijadikan menjadi beberapa bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini mendeskripsikan tentang pengertian maupun penjelasan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan kepuasan konsumen, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan alat uji statistik.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dengan uji data yang sudah didapatkan menggunakan SPSS dan hasil pengolahan data tersebut diselaraskan dengan variabel yang telah ditentukan.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil pengolahan data yang sebelumnya menggunakan SPSS dan dilanjutkan dengan pembahasan sesuai dengan variabelnya yang didukung dengan penelitian terdahulu.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang semua kesimpulan penelitian dan saran dari hasil pembahasan yang telah dilakukan.