

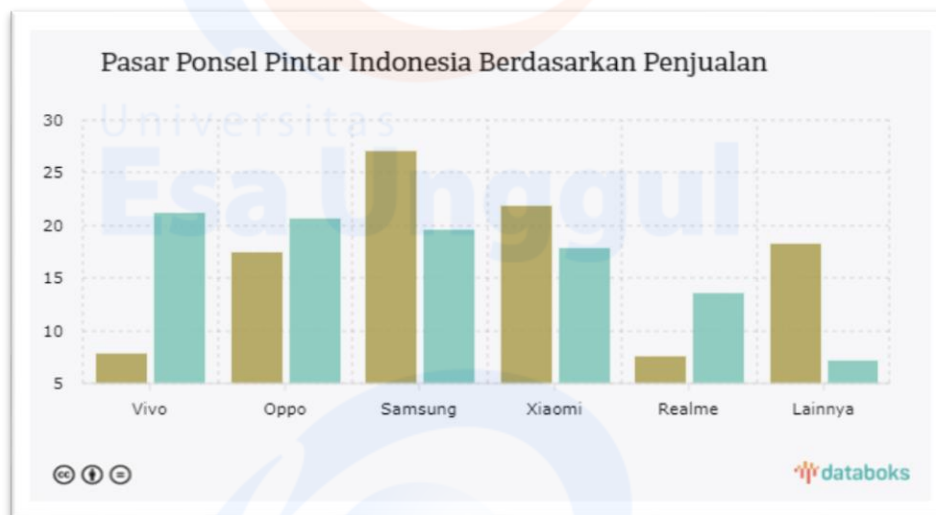
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan derasnya arus globalisasi yang didalamnya dituntut adanya pertukaran informasi yang semakin cepat antar daerah dan Negara yang membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting sehingga informasi berjalan dengan cepat. Telekomunikasi sebagai wahana atau alat dalam pertukaran informasi semakin memperlihatkan aspek kualitas produk. Selain itu perkembangan di bidang dunia informasi saat ini begitu cepat baik dilihat dari sisi informasi maupun teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

Meningkatnya selera konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan menyebabkan jenis produk yang ditawarkan semakin bervariasi sehingga produsen harus menyeleksi apa yang benar-benar menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Persaingan yang semakin ketat membuat para perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga berbeda dengan produk pesaing, karena kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Menurut hasil survey yang telah diterbitkan oleh Counterpoint pada tahun 2019 dan 2020 pengguna smartphone Oppo rendah dibandingkan pesaingnya. Berikut hasil survey yang telah diterbitkan, sebagai berikut:



Sumber : counterpoint 2019-2020

Gambar 1.1
Pengguna Smartphone Tahun 2020

Berdasarkan data pada gambar 1.1 diatas survey yang dilakukan survey oleh Counterpoint memperlihatkan bahwa data pengguna smartphone Samsung pada tahun 2019 yaitu 27% dan diikuti kompetitor lainnya yaitu Xiaomi 21,9% , Oppo 17,5% , Vivo 7,8% , Realme 7,6% dan brand lainnya 18,3% , Sedangkan pada tahun 2020 Smartphone Vivo berhasil mengungguli Samsung dan pesaing lainnya dengan presentase 21,2% diikuti Oppo 20,6% , Samsung 19,6% , Xiaomi 17,9% , Realme 13,6% , dan 7,1% brand lainnya.

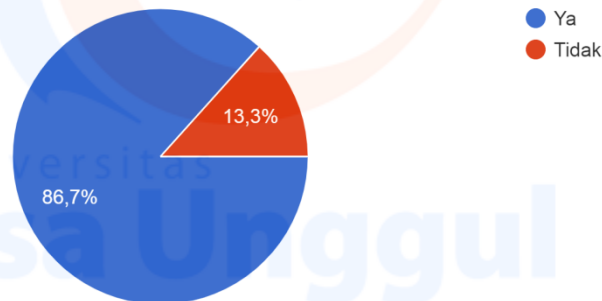
Terdapat beberapa faktor dimana konsumen masih memilih *smartphone* Oppo, seperti harga dimana Oppo memberikan harga terjangkau oleh konsumen, namun masih ada beberapa pengguna Oppo mengeluhkan harga yang tidak sebanding dengan fitur kelengkapan yang canggih dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Vivo yang menawarkan harga lebih murah dengan kelengkapan fitur yang lebih modern dan kualitas yang memadai. Suatu produk juga sangat penting bagi brand *smartphone* yaitu apabila harga tinggi maka permintaan produk juga sangat rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk sangat tinggi. Apabila harga dengan kualitas produk perusahaan smartphone sesuai maka daya tarik konsumen maka pemilihan suatu produk akan jatuh pada produk tersebut.

Brand Awareness adalah kemampuan konsumen untuk langsung mengenali dan mengingat suatu merek hanya dengan melihat sesuatu, baik warna, logo, *image*, dan sebagainya, yang menggambarkan identitas suatu *brand*. *brand awareness* “kemampuan pembeli potensial untuk mengenali atau mengingat bahwa merek adalah anggota dari kategori produk tertentu sehingga konsumen dapat membeli produk” tertentu Bilgin, (2018).

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya

Kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan Richard Oliver, (2013). Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya.

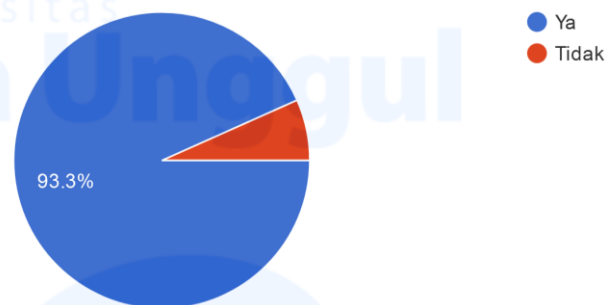
Dengan demikian peneliti melakukan pra survey dengan melibatkan 30 responden yang peneliti temui pada pengguna smartphone Oppo di Wilayah Tanjung Duren, maka diperoleh data sebagai berikut:



Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.2
Data Pra-Survey Brand Awareness

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah nama brand Oppo pada smartphone dapat dengan cepat muncul dalam pikiran saya?”, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian responden 26 orang (86,7%) menyatakan Ya nama brand Oppo cepet muncul dalam pikiran saya. Sedangkan 4 orang (13,3%) menyatakan Tidak. Dari hasil pra survey ada beberapa alasan konsumen yaitu konsumen dapat mengenali smartphone Oppo dengan cepat. Hal ini juga disebabkan oleh faktor logo yang dapat cepat dikenal.

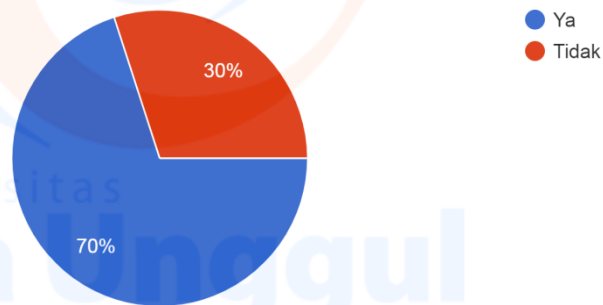


Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.3
Data Pra-Survey Harga

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah harga yang ditawarkan oleh smartphone Oppo terjangkau bagi masyarakat?” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 28 orang responden (93,3%) menyatakan Ya harga terjangkau kalangan masyarakat

dan 2 orang (6,7%) menyatakan Tidak terjangkau. Dari hasil pra survey ada beberapa alasan konsumen yaitu harga tidak sebanding dengan kualitasnya.

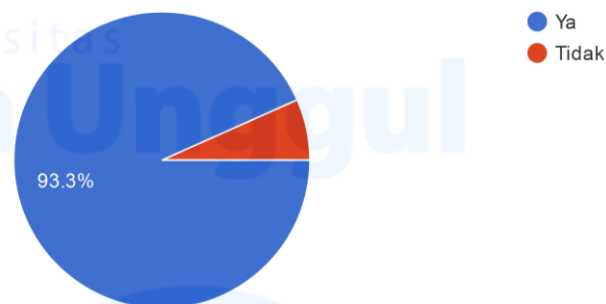


Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Gambar 1.4

Data Pra-Survey Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah pelanggan yang puas akan membeli saat Oppo memperkenalkan produk baru?” hasil pra survey menunjukkan 21 orang (70%) menyatakan Ya bahwa pelanggan yang puas akan membelidan 9 orang (30%) menyatakan tidak karna kurang puas dengan brand smarphthone ini. Dari hasil pra survey menunjukkan beberapa alasan yaitu pelanggan yang puas akan terus-menerus membeli produk ini.



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Gambar 1.5

Data Pra-Survey Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah sebagai konsumen anda setuju bahwa produk Smartphone Oppo mengikuti trend masa kini” hasil pra survey menunjukkan 28 orang (93,3%) menjawab Ya karna mengikuti trend masa kini dan 2 orang (6,7%)

menjawab Tidak, karna tidak ada fitur NFC yang mengikuti trend masa kini. Dari hasil pra survey menunjukan beberapa alasan karna meniru brand kompetitor lainnya.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dibahas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO Di Tanjung Duren”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih adanya pengaruh *brand awareness* terhadap niat beli smartphone Oppo.
2. Masih adanya keterjangkauan harga dalam pembelian produk smartphone Oppo bagi konsumen.
3. Masih adanya kepuasan pelanggan smartphone Oppo bagi konsumen.
4. Kurangnya mengikuti trend masa kini yaitu tidak mempunyai fitur NFC yang membuat konsumen kurang tertarik.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi yang terpapar diatas di peroleh gambaran permasalahan yang begitu luas. Sedangkan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah *Brand Awareness* (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada smartphone Oppo.

1.4 Rumusan Masalah

Pada latar belakang diatas dijelaskan bahwa fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana konsumen memiliki keputusan untuk membeli smartphone Oppo, dengan mempertimbangkan beberapa faktor pengaruh seperti *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan. Hal inilah yang akhirnya menjadi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian pada smartphone Oppo?
2. Apakah terdapat pengaruh *Brand Awareness* secara individual terhadap Keputusan Pembelian pada smartphone Oppo?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga secara individual terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo?
4. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan secara individual terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian pada smartphone Oppo.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Brand Awareness secara individual terhadap Keputusan Pembelian pada smartphone Oppo.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga secara individual terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan secara individual terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui Penelitian ini, diharapkan akan mampu memberikan manfaat bagi banyak pihak dan memberi kegunaan, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Sebagai alat untuk mempratikan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan smartphone.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat untuk dijadikan bahan pertimbangan perusahaan guna untuk pengembangan serta evaluasi tambahan dan juga untuk mengetahui peranan Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian smatphone Oppo.
3. Bagi Pembaca
Hasil penelitian ini diharap dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahua khususnya terhadap ilmu manajemen pemasaran serta dapat meningkatkan pemahaman tentang Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo.