

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang berkembang pesat seperti sekarang ini, maka dengan itu adanya banyak hal baru yang turut menyertai kehidupan manusia untuk melengkapi kebutuhannya. Maka dari itu kebutuhan akan alat komunikasi bukanlah hal yang baru kita dengar, Apalagi saat masa pandemi seperti sekarang ini semua kegiatan yang dilakukan diluar ruangan akan dilakukan secara *online* (daring), maka dari itu salah satu yang wajib dimiliki oleh setiap orang adalah *Smartphone* sebagai alat penunjang untuk dapat melangsungkan suatu kegiatan yang direncanakan. *Smartphone* Oppo banyak digunakan dikalangan mahasiswa, khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang dikarenakan harganya yang dapat dijangkau serta memiliki kualitas produk yang bagus, yang baik digunakan, dan sangat bermanfaat bagi Mahasiswa yang menggunakan *Smartphone* Oppo.

Smartphone yaitu sebuah produk berupa alat komunikasi yang diproduksi untuk kebutuhan hidup manusia pada umumnya. Untuk dapat mendapatkan *smartphone* ini kita bisa mendapatkannya di beberapa perusahaan yang memproduksinya. Dengan adanya *Smartphone* ini maka tidak bisa dipungkiri bahwa *Smartphone* ini tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari mulai dari fungsinya yang tidak hanya untuk mengirim pesan atau menelpon melainkan juga untuk melakukan beberapa hal seperti mengambil

foto, menyimpan file, membaca Buku, menonton dan berbagai fungsi lainnya. Maka dari itu, salah satu, *Smartphone* yang dikeluarkan oleh Oppo yaitu, *electronic corp*, iird. Sebelum mencapai kedunia teknologi seperti sekarang ini. *Smartphone* Oppo masi memproduksi TV, LCD, MP3 *Player*, *Portable media Player*, DVD dan *Disck Player*. Pada tahun 2008 Oppo mulai memasuki pasar *Smartphone* karena disisi lain Oppo memiliki ketertarikan, adanya kesuksesan *Smartphone* Samsung dan Iphone yang sudah sangat berkebang seperti yang kita lihat seperti sekarang ini dan pada tahun 2010 Oppo mulai menciptakan dan menawarkan produk tersebut buat merek sendiri maupun orang lain.

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas produk adalah seluruh keidentikan atau ciri sebuah produk atau pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan pada konsumen. Pada teori diatas dijelaskan yaitu kualitas produk yaitu sebuah produk yang mempunyai kemampuan dan makan melaksanakan fungsinya yang meliputi keandalan, ketepatan, daya tahan, dan kemudahan oprasi perbaikan, serta atribut yang bernilai lainnya.

Menurut kolter dalam Alma (2007) merek merupakan ciri khas baik dalam berbentuk gambar, nama kata huruf, angka warna, atau gabungan dari unsur - unsur tersebut yang mempunyai daya perbedaan yang diterapkan dalam penjualan barang dan jasa tersebut. Selain merek hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan tersebut iyalah kualits produk. Melihat dengan adanya persaingan yang semakin ketat dimana kualitas produk masih menjadi salah satu alat utama dalam merebut pasar, dengan adanya produsen harus menghasilkan produknya pada tingkat efisien biasanya yang baik untuk kualitas yang bagus harga produknya dan bisa melakukan

persaingan dalam pemasaran . Maka dengan ini perusahaan harus fokus pada kualitas produk dari keseluruhan , dan harus dapat menyerahkan produk sesuai dengan kualitas dan waktu yang dijanji sehingga mampu memiliki pembeli dan pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pembelinya . Fokus pada kualitas produk dari itu akan membawa pengaruh baik terhadap perusahaan dan proses produksi yang selalu mempertahankan dan akan meningkatkan kualitas yang akan menghasilkan produk yang berkualitas . Dengan adanya usaha ini maka dapat meningkatkan kualitas produk , tentunya memerlukan biaya,biaya ini dapat dilokasikan kepada factor- faktor yang berkaitan dengan kualitas produk .

Menurut Kolter dan Keller (2016) ,keputusan pembelian yaitu merupakan keputusan dari konsumen mengenai pemilihan dari berbagai merek yang terdapat dalam daftar pilihan . Melihat teori tersebut diatas maka perusahaan mengetahui bahwa keputusan pembelian adalah , dimana para konsumen membeli merek yang disukai dari berbagai pilihan yang ada ,tetapi dua factor ini berada diantara pembeli dan keputusan

Pembelian . Faktor yang pertama adalah sikap orang lain , dan faktor yang kedua adalah situasional oleh karena itu pengambilan keputusan merupakan kegiatan langsung yang dapat melibatkan konsumen dalam mempergunakan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen . Pada saat ini teknologi tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup manusia seperti sekarang ini ,selama zaman masih terus berkembang kualitas dan teknologi akan terus meningkat . Hal tersebut disebabkan karena konsumen semakin cerdas dalam memilih kebutuhan pribadi , dalam melakukan aktivitasnya. Selain itu juga saat ini *Smartphone* juga dapat

memberikan kepercayaan diri terhadap pemakaiannya hal ini dilihat dari kegunaan *Smartphone* yang semakin berkembang .

Strategi perusahaan yang dapat dikelola dengan baik agar minat konsumen tinggi sehingga dapat menguasai pangsa pasar tersebut . Perilaku konsumen akan melakukan umpan balik agar dapat mempelajari bagaimana cara dapat mempertahankan konsumen . Dalam hal ini sangat penting untuk diperhatikan adalah keputusan pembelian karena hal tersebut akan menjadi pertimbangan seperti apa selanjutnya perusahaan akan menerapkan strategi . Keberhasilan perusahaan tersebut dalam mempengaruhi konsumen sangat menjadi dukungan keputusan pembelian dengan meningkatkan komunikasi dan strategi pemasaran ,serta melakukan perencanaan kualitas produk yang tepat dalam memproduksi produk yang berkualitas sehingga perusahaan dapat mempertahankan konsumennya agar tidak mencari produk yang lain . *Smartphone* Oppo memasuki pasar di Indonesia pada bulan April 2013 . *Smartphone* yang dipasarkan pada saat itu ialah merupakan produksi langsung dari China yang mewakili perwakilan dari beberapa Negara yaitu Vietnam , India , Filipina , Thailand , Indonesia dan Bangladesh . Di Indonesia minat beli terhadap *Smartphone* Oppo sangatlah besar dikarenakan perusahaan selalu menjaga kestabilan kualitas produk oppo yang ada maka dengan adanya ini oppo kian memperkuat kedudukannya di Indonesia . Bahkan oppo juga hadir dengan berbagai macam produk , kekuatan perusahaan semakin meningkat .

Dengan adanya hal tersebut maka dari itu berbagai macam cara yang dilakukan oleh perusahaan *Smartphone* Oppo dengan harapan konsumen dapat terpengaruh dalam mengambil keputusan pembelian tidak

hanya didasari positioning dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian, akan tetapi nilai yang lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian . Berdasarkan uraian diatas maka dari itu penulis mebuat tugas akhir yang berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO .

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk , citra merek dan promosi secara simultan terhadap keputusan beli *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi secara parsial terhadap keputusan Pembelian *Smarphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang ?
3. Diantara kualitas produk ,citra merek, dan promosi manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk citra merek dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Smarphone* Oppo

pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang .

3. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara kualitas produk , citra merek, dan promosi manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa dimasa yang akan datang dan akan mendukung teori-teori yang terkait penelitian ini .
2. Bagi peneliti , memberikan pengalaman yang bermanfaat dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan di bangku kuliah untuk dipraktekkan dilapangan.
3. Bagi objek penelitian dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan yang berkaitan dengan Pengaruh kualitas produk, citra Merek,dan promosi terhadap keputusan pembelian.