

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan pada saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Dan perspektif pemasaran, pada situasi persaingan yang demikian, maka agar dapat keluar sebagai pemenang, manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumennya, sehingga pada akhirnya tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumennya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

Perkembangan bisnis ponsel akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk ponsel yang ditawarkan oleh perusahaan dan pengembangan produk ponsel yang cepat tersebut terutama pada bentuk, ukuran dan fasilitasnya. Semakin lama bentuk ponsel semakin menarik, ukuran semakin kecil dan fasilitas kegunaannya semakin lengkap. Saat ini banyak sekali merek ponsel yang masuk ke Indonesia. Berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan oleh produsen, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan konsumsi dengan berbagai pilihan merek. Beragamnya merek produk yang ditawarkan kepada konsumen membuat konsumen memiliki kesempatan untuk beralih dari satu merek ke merek lainnya. Strategi pengembangan produk tersebut merupakan tujuan pemasar untuk menciptakan perilaku *variety seeking* pada diri konsumen.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 1.1**  
**Diagram Top 5 Perusahaan Smartphone Indonesia**



Lembaga riset IDC( Indonesia Data Center) merilis laporan pasar smartphone di Indonesia pada kuartal III-2017. Seperti sebelum-sebelumnya, Samsung bercokol di urutan teratas dengan pangsa pasar sebesar 30 persen. Di bawah Samsung, menyusul Oppo dengan raihan pangsa pasar 25,5 persen. pangsa pasar Oppo mengalami peningkatan dibandingkan kuartal III-2016 yang tercatat sebesar 16,7 persen, juga menurut data IDC. Sebaliknya, pangsa pasar Samsung di pasaran smartphone tercatat menurun dari 32,2 persen yang tercatat di kuartal yang sama tahun lalu. Di bawah Oppo, secara berturut-turut menyusul Advan (8,3 persen), Vivo (7,5 persen), dan Xiaomi (5,2 persen) masing-masing di urutan ketiga, keempat, dan kelima.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka

harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian harga dengan kualitas produk yang akan diterima. Faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (**Lupiyoadi, 2006**).

Menurut **Harmani(2008:41)** keputusan pembelian diukur oleh tiga indikator antara lain:

1. Keputusan terhadap produk yang berkualitas
2. Keputusan terhadap harga yang diberikan
3. Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan

Ponsel saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dimana kepemilikannya tidak hanya didasarkan pada fungsi utama ponsel sebagai alat komunikasi, sebagian kelompok masyarakat menganggap bahwa ponsel yang dimiliki menunjukkan status sosial pemiliknya. Oleh karena itu memiliki ponsel yang baru dan mahal menunjukkan status ekonomi yang mapan dan trendi. Sebagai konsumen dari kalangan anak muda, menggunakan smartphone menimbulkan kesan model dan menimbulkan *prestise* bagi mereka. Mereka juga seringkali dikategorikan sebagai kelompok yang cenderung terbuka terhadap produk baru yang dimunculkan dipasaran.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kelompok ini juga diyakini dapat mengikuti gaya trend hidup terkini, terlepas dari apakah produk tersebut mereka butuhkan dan mendapatkan manfaat dari produk yang dipakainya.

Pada penelitian **Weenes (2013)** memiliki perbedaan variabel independen yaitu peneliti sekarang tidak menggunakan promosi dan kualitas pelayanan, selanjutnya penelitian **Purwanti (2012)** memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang, penelitian lain yang di lakukan oleh **Wijayanti (2016)** yang mana jika harga, merek, dan kualitas produk meningkat secara bersama-sama, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Handphone OPPO Pada Pazia Phone Kediri Town Square

Penelitian ini menguji beberapa variabel yang sebelumnya telah terbukti mempengaruhi keputusan pembelian, variabel dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas produk, penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu dari segi produk yang mana pada penelitian ini peneliti menggunakan produk smartphone Oppo

Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran paling fleksibel, harga dapat berubah dengan cepat tidak seperti produk dan perjanjian distribusi. **Kotler (2005:139)**,

Salah satu smartphone Android yang paling digemari masyarakat pada saat ini adalah OPPO smartphone. Sejak awal kemunculannya di dunia ponsel, Oppo memang dikenal sebagai pabrikan yang seringkali menjual produk



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ponselnya dengan harga cukup mahal. Sebagai produsen China. Oppo membuktikan bahwa kualitas ponselnya tak kalah dengan ponsel yang dibuat oleh pabrikan ternama. Dan terbukti, walaupun ia masih terhitung pendatang baru, tetapi produk Oppo bisa bersaing dengan produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis ingin meneliti apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dimana variabel independen adalah harga dan kualitas produk sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian dan penulis memusatkan penelitian di desa penyasawan kampar. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OPPO PADA MASYARAKAT DESA PENYASAWAN KAMPAR.**

### 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan kampar?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan kampar?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan kampar?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk oppo pada masyarakat desa penyasawan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian handphone, khususnya yang berhubungan dengan ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan pengalaman atas produk.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen khususnya tentang keputusan dalam membeli handphone, karakteristik kategori produk dan pengalaman produk.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah referensi perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim khususnya untuk Fakultas

Ekonomi dan Ilmu Sosial dan penelitian lain, yang berhubungan dengan keputusan dalam membeli handphone.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi 6 bab, dimana pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan bab pendahuluan yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang ada hubungannya dengan penelitian, hipotesis, kerangka berfikir, variabel penelitian, pandangan islam, penelitian terdahulu.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Merupakan Bab Metode Penelitian yang berisikan mengenai lokasi dan waktu penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik pengumpulan data, Pengukuran Variabel, dan Teknis Analisis Data.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab gambaran umum objek penelitian mengemukakan tentang sejarah singkat objek penelitian, struktur organisasi serta aktifitas perusahaan.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hal-hal yang menyangkut pengaruh harga dan kualitas produk dalam keputusan pembelian produk oppo.

## **BAB VI PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diperlukan dan sesuai dengan realitas.

