

BAB I

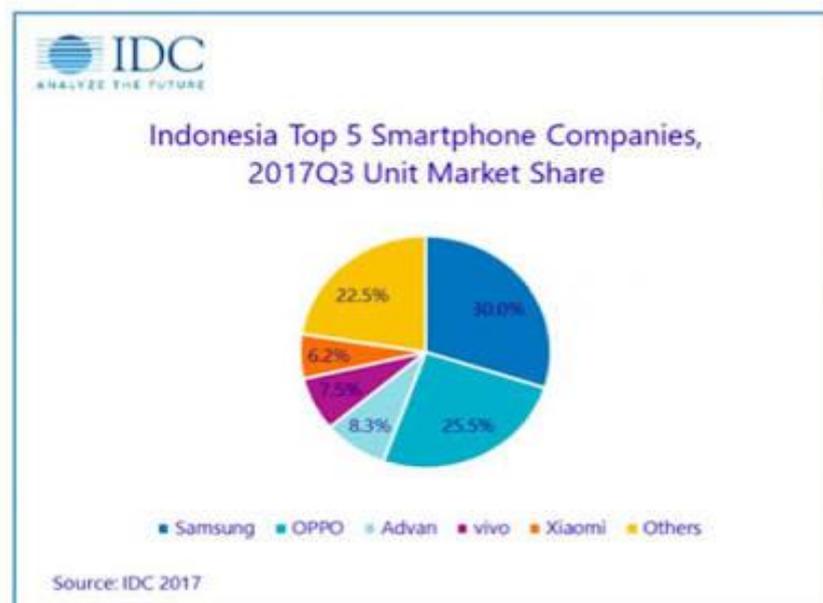
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini mengalami peningkatan begitu pesat. 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 dimana pun dan kapan pun.

Kegunaan dasar yang dimiliki handphone dahulu 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 kompleksnya 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 dengan smartphone.

Berkembangnya handphone menjadi smartphone dimanfaatkan oleh produsen handphone, banyak produsen handphone yang berbondong-bondong menciptakan smartphone dengan fitur yang canggih yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan konsumen saat ini. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya merek-merek smartphone yang semakin banyak, diantaranya yaitu merek Samsung, Advan, Vivo, Xiaomi dan masih banyak lagi. Berikut adalah gambar hasil survey kepemilikan smartphone di Indonesia :



Sumber : <https://tekno.kompas.com>

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa handphone merk Oppo menempati peringkat no. 2 mengalahkan handphone merk Advan, Vivo, Xiaomi. Oppo di Indonesia merupakan salah satu merek yang lumayan banyak di minati oleh masyarakat dengan keunggulan dan kelebihan yang dimilikinya. Persaingan dunia teknologi yang semakin hari semakin menarik dan Oppo

smartphone salah satu produk yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas. Oppo merupakan salah satu merek handphone yang berasal dari negara china. Munculnya smartphone merek Oppo saat ini seakan-akan menghapus persepsi masyarakat tentang kualitas smartphone china yang sering di perbincangkan. Hal ini berkaitan dengan citra merek produk utamanya smartphone dimana citra negatif dari masyarakat terhadap smartphone keluaran china dapat berubah menjadi citra positif karena munculnya smartphone Oppo sekarang ini. Smartphone Oppo F5 Pro saat ini diketahui memang memiliki harga yang mahal tetapi sebanding dengan kualitas yang dimikinya.

Persaingan bisnis yang dihadapi para pelaku-pelaku bisnis sekarang ini mengharuskan setiap perusahaan untuk berusaha meningkatkan strategi pemasarannya. Menurut Kotler (2007) Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Konsumen saat ini memiliki tuntutan yang sangat beragam karena konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan berupa barang dan jasa yang mereka inginkan. Hal ini penjual dituntut harus memberikan kualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen.

Fitur produk salah satu hal yang mempengaruhi konsumen untuk menentukan keputusan untuk membeli, karena fitur produk merupakan hal yang sangat diperhatikan konsumen pada saat membeli suatu produk. Perusahaan dituntut untuk menambahkan fitur yang lebih menarik. Fitur yang dikeluarkan oleh Oppo F5 Pro ini adalah dual camera selfi yang akan

menghasilkan foto yang sangat jelas, jernih dan maksimal. Kamera depan F5 Pro ini beresolusi 20MP dengan aperture f/2.0, dan sensor 1/2.8. Oppo juga dibekali dengan fitur Bokeh, serta Artificial Intelligence (AI) Beautify yang dapat mendeteksi usia, sampai warna kulit, serta bisa membantu menghasilkan efek tertentu yang sesuai agar foto selfi lebih baik. Oppo F5 Pro telah mempunyai fitur keamanan sensor sidik jari pada bagian belakang, serta face unlock. <https://droidpoin.com>.

Masalah desain dari suatu yang menjadi salah satu faktor yang harus mendapatkan perhatian khusus dari tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju menuntut masalah desain dari suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Aspek desain dari suatu produk merupakan salah satu bentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat memberikan atribut dalam suatu produk. Perusahaan Oppo saat ini sangat memperhatikan dan terus memperbarui desain produknya, agar konsumen tidak jenuh. Desain yang dimiliki oleh smartphone Oppo merek F5 Pro ini yaitu layar yang lebih luas dan full, serta layar yang dilindungi dengan Gorilla Glass 5 yang dapat melindungi dari goresan-goresan pada layar smartphone tersebut, dan dengan lengkungan 2.5D. Oppo F5 ini memakai bahan logam, dimensinya 156.5 x 76 x 7.5 mm serta hadir dengan desain yang elegan di kombinasi dengan warna yang bervariasi seperti red dan black. <https://droidpoin.com>. Desain yang dimiliki Oppo F5 Pro ini akan menjadi pertimbangan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, karena sekarang ini konsumen semakin kritis dalam menentukan

suatu produk, sehingga dengan desain yang bagus dan beda dengan yang lainnya bisa menentukan konsumen dalam menentukan pembelian.

Oppo smartphone saat ini tidak berada dalam posisi teratas dalam jumlah penjualannya di Indonesia, dikarenakan masih minimnya promosi yang dilakukan oleh produk Oppo smartphone dan persaingan produk serupa yang begitu ketat, dengan adanya strategi promosi ini membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk Oppo serta dapat menarik perhatian konsumen. Promosi merupakan hal yang begitu penting dalam keberhasilan pemasaran, tanpa adanya promosi maka konsumen akan sulit untuk mengetahui suatu produk. Promosi juga bermanfaat untuk perusahaan guna mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, karena dengan promosi yang tepat perusahaan akan lebih mudah untuk menarik konsumen. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk, yaitu melalui periklanan yang kemudian diikuti dengan kegiatan promosi lainnya, diantaranya personal selling, promosi penjualan, dan publisitas.

Produk Oppo F5 Pro ini mempunyai fitur yang menarik, serta desain yang elegan dan mewah dengan kualitas yang dimiliki pantas saja harga yang dibandrol Oppo F5 Pro ini relatif mahal, selain itu masalah promosi produk ini mungkin belum begitu meluas karena produk yang dikeluarkan oleh Oppo ini merupakan tipe baru, karena baru dipasarkan menjelang akhir tahun 2017 lalu. Penelitian ini dilakukan di Cabang Imago Madiun yang berada di Jalan Dr. Soetomo No.96 Madiun.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Type F5 Pro (Study Kasus pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr.Soetomo No.96 Madiun)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diuraikan diatas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah fitur produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun ?
2. Apakah desain produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun ?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun ?
4. Apakah fitur produk, desain produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas untuk menghindari melebar nya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh fitur

produk, desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh fitur produk secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun.
2. Mengetahui pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun.
3. Mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 Pro di Imago Madiun.
4. Mengetahui pengaruh fitur produk, desain produk, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone merk Oppo type F5 di Imago Madiun.

1.4.2. Manfaat Peneelitan

Manfaat yang diharapkan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Sebagai pembelajaran dalam penelitian karya ilmiah, yang berkaitan dengan Keputusan pembelian serta untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam situasi yang sebenarnya.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan saran bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan selanjutnya

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dengan judul atau materi yang sama.

