

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Globalisasi merupakan sebuah proses interaksi antar individu maupun masyarakat dari berbagai belahan dunia yang meliputi pertukaran dan penyatuan informasi dalam berbagai hal yang dapat mempengaruhi segala aspek kehidupan dalam suatu negara. Jarak dan waktu tidak akan lagi menjadi penghambat untuk berkomunikasi.

Perkembangan teknologi komunikasi bermula pada awal abad ke-21 yang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut maka kebutuhan informasi sangatlah penting. Untuk mempermudah dalam rangka memperoleh informasi maka dibutuhkan pula alat komunikasi sebagai media yang efektif.

Perkembangan alat komunikasi yang begitu pesat memberikan peluang bagi perusahaan telekomunikasi. Perkembangannya saat itu bisa dilihat dengan alat komunikasi berupa handphone. Handphone merupakan sebuah alat komunikasi yang saat itu sedang digunakan oleh semua kalangan baik muda maupun tua, karena dengan menggunakan handphone semua bisa berkomunikasi dengan lancar dan dimanapun dan kapanpun.

Proses globalisasi yang terjadi hingga saat ini tidak diragukan lagi telah membawa dampak dan perubahan bagi kehidupan manusia. Dengan begitu keinginan dan kebutuhan dari konsumen untuk menuntut semua fitur terbaru

beroperasi dalam satu alat komunikasi mulai dilakukan. Sehingga muncullah apa yang disebut smartphone. Smartphone (telepon pintar) adalah sebuah telepon mobile yang dirangkai dengan sistem operasi komputer, memiliki kemampuan kalkulasi canggih beserta konektivitas yang membuatnya lebih dari sekedar telepon biasa. Smartphone modern menyertakan layar sentuh bersolusi tinggi dan menjadikan smartphone menjadi salah satu pilihan yang dipilih oleh banyak orang untuk dijadikan media komunikasi.

Berkembangnya handphone menjadi smartphone di manfaatkan oleh perusahaan-perusahaan smartphone di Indonesia maupun perusahaan asing untuk berlomba memenuhi permintaan konsumen, dengan begitu perusahaan-perusahaan tersebut harus menciptakan smartphone yang ideal dengan menggunakan teknologi terkini sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Karena dengan begitu tentunya banyak perusahaan yang tidak ingin melewatkan kesempatan ini untuk mendapatkan keuntungan yang tidak sedikit. Setiap perusahaan bersaing secara kompetitif dalam menciptakan produk yang baru dengan inovasi yang berbeda. Produsen smartphone tentunya mempunyai kelebihan masing-masing dan semuanya bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar melalui berbagai macam terobosan dan inovasi.

Menurut Kusumo (2019) Indonesia merupakan salah satu calon pasar terbesar untuk penjualan smartphone, karena tingkat permintaan untuk kategori smartphone sangatlah tinggi, terdapat berbagai jenis merek smartphone yang bersaing dalam bisnis ini di Indonesia antara lain: Samsung, Oppo, Vivo, Xiami, Realme dan masih banyak lagi. Keadaan seperti ini menyebabkan persaingan

yang ketat diantara para kompetitor pada usaha dibidang telekomunikasi. Hal ini bisa dilihat dari gambar 1.1 dibawah ini.



**Gambar 1.1**  
**Lima Penguasa Pangsa Pasar di Indonesia 2022**

*Sumber: <https://gtechinsight.com> (diakses tahun 2022)*

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa handphone merek Oppo menduduki peringkat no 1 dengan pangsa pasar sebesar 20,60 % mengalahkan handphone merek Samsung, Vivo, Xiomi, dan Realme. Sebagai perusahaan baru dari pesaing lainnya. Oppo smartphone tidak kalah dalam mengunggulkan produknya. Oppo smartphone adalah salah satu telepon pintar yang berasal dari negara china yang mulai memasuki pasar indonesia pada tahun 2013. Selain karena spesifikasi yang tidak kalah lengkap dengan smartphone lain, produk Oppo smartphone terkenal dengan fitur kameranya yang jernih dan sangat cocok dimiliki oleh kalangan muda. Pada tahun 2013, Oppo smartphone pertama kalinya memasuki pasar indonesia secara resmi dengan mengenalkan produknya yaitu Oppo Find 5. Walaupun persaingan di tanah air sangat keras dan ketat merek Oppo selalu sukses dalam menunjukkan eksistensinya di dunia smartphone.

Menurut data yang dikeluarkan oleh badan survei international data cooperation (IDC) menyatakan bahwa Samsung dan Oppo selalu bersaing dalam menciptakan produk dan fitur-fitur yang ideal untuk memenuhi permintaan konsumen.

Salah satu Counter HP terbesar di Rantauprapat adalah Toko Kita-Kita Ponsel Rantauprapat dan menyediakan produk HP merek Oppo. Keberhasilan Oppo dalam menarik hati para konsumen tak serta merta karena keberuntungan saja, melainkan karena usaha yang terus-menerus melakukan inovasi dari segi kualitas. Bisa dilihat bahwa perusahaan Oppo saat ini sangat memperhatikan dan terus memperbarui desain produknya dari tahun ke tahun, agar konsumen tidak bosan terhadap produk tersebut. Maka, dari itu, wiraniaga atau penjual memberikan informasi yang baik tentang Oppo smartphone untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2014:21) keputusan pembelian adalah sekumpulan proses yang berawal dari konsumen yang memahami masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian sekumpulan proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

Gaya hidup modern yang menuju era digitalisasi memaksa masyarakat menggunakan alat Handphone atau smartphone sebagai alat komunikasi. Gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat (Kotler dan Keller 2012) Gaya hidup seseorang merupakan pola hidup didunia yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan

pendapat seseorang. Gaya hidup ini seringkali mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosialnya. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dan salah satunya adalah gaya hidup.

Fitur produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan dan digambarkan didalam produk barang atau jasa dan digunakan untuk pemenuhan harapan-harapan pelanggan. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Selain dari fitur produk, pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Jika harga tinggi maka permintaan produk semakin rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Namun pada zaman sekarang smartphone merupakan suatu kebutuhan yang harus ada walaupun harga yang semakin tinggi.

Dalam fikiran konsumen, harga merupakan sebuah bahan pertimbangan yang penting dalam membeli sebuah produk karena harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam menunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Menurut (Ferdinand dalam Dinawa (2010), harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Harga

produk Oppo memiliki harga yang rendah dibandingkan dengan para pesaingnya untuk barang kelas premium, Oppo bekerja keras dengan sistem operasi ColorOS sehingga produk Oppo memiliki kecanggihan tersendiri dibandingkan pesaing lainnya. Oppo memiliki kelebihan tersendiri yaitu memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan smartphone dengan spesifikasi yang sama dari merek lain. Contohnya hanya dengan harga 1 jutaan sudah mendapatkan Oppo A16e RAM 3GB, ROM 32GB.

Apabila harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing perusahaan akan dapat mengakibatkan konsumen (pelanggan) mungkin lari ke produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing apabila perusahaan pesaing dapat menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang relatif sama dan harga yang cenderung lebih rendah. Apabila terjadi demikian maka hal ini akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing di pasaran. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan yang lebih relevan dalam penentuan harga jual yang lebih tepat.

Fenomena tentang harga di toko kita-kita ponsel adalah masih ditemukan harga yang cukup mahal dibandingkan di toko lain, kemudian fenomena tentang gaya hidup yaitu masih ditemukan penghasilan masyarakat yang kurang mencukupi dalam pembelian smartphone, selanjutnya fenomena fitur produk ialah masih ada kelemahan dari di smartphone Oppo dibandingkan produk pesaing. Fenomena keputusan pembelian yaitu selain fakta permasalahan harga, gaya hidup dan fitur produk peneliti menemukan kekurangan yang terjadi di toko kita-

kita ponsel ialah promosi yang jarang dilakukan dan pelayanan yang masih kurang dirasakan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Gaya Hidup, Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Toko Kita-Kita Ponsel Rantauprapat”**.

## **B. Batasan Dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas persoalan yang berhubungan dengan Harga, Gaya Hidup dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.

### **2. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, peneliti mengambil rumusan masalah peneliti sebagai berikut:

- 1) Apakah Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.
- 2) Apakah Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.
- 3) Apakah Fitur Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.

- 4) Apakah Harga (X1) Gaya hidup (X2) dan Fitur Produk (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.
- 4) Harga, Gaya Hidup dan Fitur Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain:

#### **1) Bagi Perusahaan**

Diharapkan dapat memberi sumbangan saran pemikiran dan informasi yang bermanfaat berkaitan dengan Harga, Gaya Hidup dan Fitur Produk terhadap



keputusan pembelian Smartphone Oppo pada Toko Kita - kita Ponsel Rantauprapat.

**2) Bagi Penulis**

Kegiatan penelitian ini dapat memperdalam dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh peneliti selama di bangku perkuliahan, dan dapat menambah wawasan mengenai Harga, Gaya Hidup dan Fitur Produk terhadap keputusan pembelian.

**3) Bagi Peneliti Lain**

Sebagai bahan referensi dan wacana yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

**4) Bagi Universitas Labuhanbatu**

Sebagai bahan referensi untuk perpustakaan Universitas Labuhanbatu yang dapat memberikan perbandingan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian.