

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pada saat ini di penuhi dengan berkembangnya industri telekomunikasi yang menjadi kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh semua masyarakat. *Smartphone* merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Banyak bermunculan *brand smartphone* baru yang ada di dunia. Produsen diminta tidak hanya sekedar membuat produksi tetapi juga harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen. Berkembangnya teknologi telekomunikasi di indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dengan jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat. Tahun 2022 diprediksi jumlah pengguna *smartphone* mencapai 3,9 miliar, Tiongkok menjadi negara dengan jumlah *smartphone* terbesar dengan total 27% dari total pengguna *smartphone* dunia (sumber : Newzoo, 2019)

Pada saat ini perusahaan harus cerdas dalam mengambil keputusan untuk menarik hati konsumen agar tetap setia pada produk yang diciptakan oleh perusahaan. Perusahaan harus menyusun perencanaan bagaimana cara agar perusahaan itu maju dan berkembang dalam membuat produk yang berkualitas. Dalam hal ini perusahaan harus bisa menarik hati konsumen karena perusahaan itu adalah penyedia produk yang berarti dituntut untuk memiliki strategi yang pas supaya konsumen tetap memilih produk dan juga perusahaan harus membuat produk yang berkualitas serta memilih harga yang sesuai dengan

pasar konsumen. Salah satu cara yang tepat dalam mempertahankan konsumen adalah harga dan kualitas produk (sumber : teknologi id,2020).

Harga suatu barang atau jasa merupakan salah satu penentu untuk konsumen dalam memilih produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Harga memiliki peranan penting dalam menentukan pangsa pasar, karena harga yang menentukan pendapatan dan keuntungan suatu perusahaan. Pada dasarnya penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk agar para konsumen bisa mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:143) “Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut”. Mengingat perusahaan yang semakin ketat akan kualitas produk juga menjadi salah satu alat utama dalam merebut pasar, produsen harus mampu menghasilkan produk yang efisien atau yang baik untuk kualitas yang bagus. Hal ini berarti perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas produk dari berbagai aspek mulai dari kualitas kinerja (*performance*), daya tahan, spesifikasi, fitur, dan sebagainya.

Salah satunya dalam hal ini adalah perusahaan *smartphone*. Berdasarkan data yang didapat dari teknologi.id, menyebutkan bahwa jumlah pengguna *smartphone* diseluruh dunia dari tahun 2014 sampai tahun 2020 akan terus mengalami peningkatan. Kemajuan teknologi memicu persaingan yang semakin tinggi antara perusahaan yang bergerak dalam sektor telekomunikasi pada tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, perusahaan-

perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia maupun di dunia berusaha menawarkan produk yang terbaik bagi masyarakat sebagai konsumen dengan terus mengembangkan inovasi baru dalam memasarkan produknya. Sehingga diharapkan perusahaan dapat meraih tingkat penjual yang ditargetkan setiap perusahaan.

Salah satu merek *smartphone* yang berkembang di Indonesia baru-baru ini adalah Vivo *smartphone*. Vivo adalah sebuah perusahaan elektronik asal Dongguan, Guangdong, Tiongkok. Perusahaan ini adalah anak dari BBK *Electronics*. Dikomandoi oleh Shen Wei, perusahaan ini memproduksi ponsel pintar, perangkat sandang, dan layanan berbasis digital. BBK *Electronics* juga memiliki Oppo, Realme dan OnePlus.

Vivo didirikan pada tahun 2009, di Dongguan, Cina, dan dinamai untuk kata Esperanto untuk "life". Pada kuartal pertama 2015, Vivo menduduki peringkat teratas di 10 pembuat *smartphone* terbaik, mencapai pangsa pasar global sebesar 2,7%. (Wikipedia). Vivo menyatakan bakal menambah kapasitas produksi ponsel di Indonesia, dari ratusan ribu unit menjadi jutaan unit. Kenaikan permintaan terhadap *smartphone* Vivo di Indonesia menjadi alasan vendor *smartphone* ini untuk menambah kapasitas produksinya. Kenaikan angka pangsa pasar Vivo menjadi indikasi meningkatnya minat konsumen pada *smartphone* Vivo. Ini terungkap dari laporan dua firma riset internasional, Canalys dan IDC. "Ekspansi pabrik untuk meningkatkan kapasitas produksi, Vivo lakukan sebagai jawaban atas tantangan demand produk yang semakin tinggi," ujar Senior Brand Director Vivo Indonesia (Kusuma Edy, 2019).

Dengan adanya wabah covid-19 ini, pemerintah Indonesia mengupayakan berbagai cara agar penyebaran virus covid-19 bisa ditekan dan berkurang, salah satunya adalah tidak boleh berkrumun atau pembatasan kegiatan di luar rumah. Hal ini menyebabkan beberapa kegiatan harus dilakukan di rumah, salah satunya yaitu belajar mengajar yang dilakukan secara *daring*. Secara tidak langsung *smartphone* menjadi kebutuhan wajib yang harus dipenuhi. Di tambah lagi untuk saat ini *smartphone* sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat.

Kecamatan Benjeng untuk penjualan merek *smartphone* cukup tinggi. Hal ini ditandai dengan adanya banyak sales penjualan dari berbagai merek *smartphone* dalam satu konter khususnya di konter wong9cell. Di wong9cell menjual berbagai merek *smartphone* seperti Samsung, Xiaomi, Vivo, Oppo, Realme, dan banyak merek lainnya. Penjualan berbagai merek *smartphone* di wong9cell tergantung pada harga, dan kualitas produk yang ditawarkan. Produk dari vivo pun menjadi penjualan produk yang sangat laku di konter wong9cell.

Peneliti mencoba meneliti aspek keputusan pembelian konsumen yang ada di kecamatan Benjeng dengan mengaitkan variabel harga dan kualitas produk, karna sejauh ini di wong 9 cell Benjeng untuk harga *smartphone* yang ditawarkan relatif murah dan untuk kualitas produk barang tersebut terbilang baik. Sehingga peneliti mencoba menerapkan variabel tersebut pada penelitiannya yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO DI WONG 9 CELL BENJENG GRESIK".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik.
2. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik.
3. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pengaplikasian ilmu – ilmu manajerial yang di pelajari selama di bangku perkuliahan serta unuk meningkatkan pengetahuan si penulis.

2. Bagi Universitas

Sebagai tambahan referensi bagi universitas dalam menentukan ilmu pengetahuan tentang manajemen implementasi tentang pengaruh hargadan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* vivo di wong 9 cell Benjeng Gresik.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah bahan bacaan yang menyangkut dalam mempelajari ilmu pengetahuan tentang manajemen khususnya manajemen pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan pengusaha untuk menganalisis faktor faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk *smartphone*, agar omset dari bisnis *smartphone* yang telah dijalankan lebih meningkat.