

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi sudah tidak mungkin untuk dihindari lagi, Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut turut memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap dunia bisnis sehingga turut membentuk sebuah tatanan bisnis yang mempunyai ruang lingkup yang luas dan beraneka ragam. Raymond E. Glos (2011), bisnis adalah perusahaan, yaitu organisasi yang memproses perubahan keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang dan jasa bagi pemuasan kebutuhan konsumen, serta diharapkan akan memperoleh laba bagi pemiliknya. Tak bisa dipungkiri lagi *smartphone* adalah salah satu teknologi yang paling cepat mengalami perkembangan.

Bisa dilihat dalam beberapa tahun belakangan semakin banyak vendor-vendor *smartphone* yang mengeluarkan banyak tipe-tipe *smartphone* yang menyesuaikan kebutuhan konsumen pada saat ini. Seakan-akan tidak butuh waktu lama untuk vendor *smartphone* melakukan terobosan teknologi untuk memudahkan manusia meringankan pekerjaannya. Seiring semakin berkembangnya teknologi yang ada di sebuah *smartphone*, konsumen mulai menetapkan standar pribadi sesuai kebutuhannya masing-masing. Dapat dilihat berdasarkan pada pemakaian teknologi yang sesuai kebutuhan masing-masing konsumen.

*Smartphone* sendiri merupakan telepon genggam yang dibekali teknologi yang canggih dan memiliki kemampuan tingkat tinggi yang bahkan pada saat ini fungsinya hampir bisa menyaingi sebuah computer, belum ada standar pabrik yang menentukan arti dari *smartphone*. Bagi beberapa orang *smartphone* merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standard dan mendasar bagi pengembangan aplikasi.

Bagi yang lainnya *smartphone* hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) yang memiliki penyambung VGA, dengan kata lain *smartphone* bisa juga disebut komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Kementrian komunikasi dan informatika menyatakan, pengguna internet di Indonesia sangat tinggi. Hal itu di dorong oleh tarif internet yang murah, dan banyaknya jumlah pengguna *smartphone* mencapai 181 juta orang atau 65.87% dari total penduduk Indonesia (sumber: mediaindonesia.com). Adapun dilansir oleh analisis kawakan Horace H. Dedi melalui blognya asymco.com yang mengatakan bahwa Indonesia menempati posisi ke 5 besar pengguna aktif di dunia (sumber: detik.com).

*Smartphone* dapat digunakan untuk mengakses internet dengan berbagai pilihan web browser yang tersedia, juga memiliki *software* atau aplikasi yang dapat diunduh dengan mudah, serta memiliki kamera yang semakin canggih yang mudah untuk dibawa-bawa. Selain hal itu yang mendukung sebuah *smartphone* adalah sebuah system operasi. Ada berbagai macam system operasi yang terdapat pada sebuah *smartphone* antara lain Android OS, IOS, Windows phone, Symbian, ColorOS.

Ada berbagai macam merek *smartphone* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, baik dari *global brand* maupun *local brand*. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa merek *smartphone* yang paling banyak dipakai oleh pengguna Indonesia adalah merek Samsung akan tetapi merek-merek China yang paling mendominasi secara kumulatif pengguna Indonesia, dari peringkat kedua hingga keempat berturut-turut yaitu Oppo, Xiaomi, dan Vivo dilanjutkan oleh *smartphone* buatan Steve Jobs iPhone dan selanjutnya ada merek Asus, Realme, Lenovo, Nokia.

Selanjutnya di bawah ini disajikan tabel dari persentase pengguna *smartphone* dari berbagai merek di Indonesia:

**Tabel 1. 1 Persentase Pengguna Smartphone Tahun 2020**

No	Merek	Persentase
1	Samsung	35,7 %
2	Oppo	22.1 %
3	Xiaomi	18,6 %
4	Vivo	10,4 %
5	iPhone	3,4 %
6	Asus	2,4 %
7	Lenovo	1,9 %
8	Advan	1,2 %
9	Nokia	1,0 %
10	Merek lain	3,3 %

Sumber : Survei APJII (2020)

Banyaknya merek *smartphone* yang beredar di pasaran baik *global brand* maupun *local brand*, sering kali membuat konsumen kesulitan dalam memilih sebuah *smartphone*. Jika konsumen pria pada umumnya mencari sebuah *smartphone* lebih mengutamakan spesifikasinya, berbeda dengan konsumen perempuan yang cenderung lebih mengutamakan kamera pada sebuah *smartphone*. Akan tetapi lebih dari itu, pada umumnya para konsumen akan memilih sebuah *smartphone* sesuai dengan kebutuhannya masing-masing dan juga banyak faktor - faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *smartphone*.

Ada beberapa faktor yang menjadi dasar dalam memilih sebuah *smartphone*, antara lain merek atau brand, kamera, performa, RAM, prosesor, OS, kapasitas memori, ukuran layar, kapasitas baterai, dan teknologi terbaru dari sebuah *smartphone*. Tak dapat dipungkiri merek atau brand menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen. Karena merek dan brand yang sudah besar

memiliki penilaian yang lebih baik di mata konsumen. Konsumen akan merasa bahwa *global brand* memiliki kualitas dan teknologi yang lebih baik di bandingkan dengan *local brand*.

Tidak sedikit pula banyak yang memilih sebuah *smartphone* dari kamera yang tersedia di *smartphone* tersebut. Karena kebutuhan konsumen pada kamera pada saat ini sangat tinggi, maka konsumen akan mencari *smartphone* yang memiliki kamera yang berkualitas dan beresolusi tinggi. Dan bagi sebagian orang akan mempertimbangkan performa pada sebuah *smartphone* jika konsumen tersebut membutuhkan multitasking yang mumpuni, baik untuk desain, bermain game, editing, hingga untuk streaming. Dan bagi konsumen yang banyak menghabiskan waktu diluar ruangan pada umumnya akan mencari *smartphone* yang mempunyai kapasitas baterai yang besar. Dan ada pula konsumen yang memilih sebuah *smartphone* karena ingin menikmati teknologi terbaru yang ditawarkan oleh *smartphone* tersebut.

Disetiap kalanganpun pada umumnya akan memilih sebuah *smartphone* yang berbeda-beda. Misalnya saja konsumen dari golongan orang yang sudah lanjut usia. Biasanya mereka akan memilih *smartphone* yang memiliki layar lebar dan tampilan yang sederhana agar memudahkan dalam pemakaian. Kalau untuk seorang *gamer* maka akan memilih sebuah *smartphone* yang memiliki performa tinggi, RAM besar serta memiliki desain yang berbeda dari *smartphone* lainnya. Beda pula jika yang memilih adalah seorang remaja yang lebih menginginkan *smartphone* yang minimalis tapi tetap memiliki desain yang mewah. Sebut saja merek Oppo yang dari desainnya mampu menarik banyak konsumen dari kalangan remaja.

OPPO Electronic Corp, Ltd berdiri pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan, Guandong, Negara China. Sebelum merambah ke teknologi Mobile smartphone, OPPO memproduksi peralatan elektronik seperti MP3 Player, LCD TV, Portable Media Player, DVD, e Book dan Disc Player. Pada tahun 2008 Barulah OPPO mulai menggarap pasar Smartphone dengan menciptakan produk OPPO SMARTPHONE.

Pada bulan April tahun 2013 OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan

kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum produknya di pasarkan ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Thailand, Vietnam, Rusia, America dan Qatar. Sejak saat itu OPPO terus melakukan promosi memperkenalkan kualitas brand nya melalui iklan Media Cetak, TV, Internet dll.

Di Indonesia sendiri *smartphone* merek Oppo menjadi salah satu merek *smartphone* dengan pengguna paling banyak, yang mampu bersaing dengan merek- merek lainnya seperti Samsung, Iphone, Vivo, Xiaomi, Asus, dll. Dengan mengandalkan kamera *selfie* dan design yang menarik Oppo mampu menarik anak- anak muda sebagai konsumennya. Dengan banyaknya konsumen di kalangan anak muda, Oppo selalu berinovasi dan mengembangkan teknologinya guna untuk mempertahankan konsumennya tersebut agar mampu bersaing dengan merek lainnya.

Sesuai uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor pengaruh kualitas dan pengetahuan produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* merek Oppo yang pada akhirnya perusahaan sebagai penyedia jasa elektronik dan teknologi dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Di bawah ini disajikan tabel mengenai *smartphone* yang digunakan oleh siswa SMK Assiddiqiyah Garut dari mini observasi yang dilakukan oleh penulis:

**Tabel 1. 2 Smartphone yang digunakan pelajar Siswa SMK Assiddiqiyah Garut**

Merek <i>Smartphone</i>	Pengguna Merek Smartphone (Siswa Kelas)		
	X	XI	XII
Iphone	-	-	-
Samsung	13	9	12
Oppo	14	17	18
Vivo	14	10	11
Xiaomi	14	7	10
Realme	7	5	4
Infinix	4	2	2
Merek Lain	5	6	8
<b>Jumlah</b>	<b>192</b>		

Sumber : Hasil Olah Penulis (2022)

Bisa kita amati dari tabel di atas, banyak dari siswa SMK Assiddiqiyah Garut yang menggunakan *Smartphone* merek Oppo. Yang membuktikan *Smartphone* Oppo dapat menarik minat konsumen dari kalangan remaja. Dan dari hal tersebut menunjukkan bahwa *Smartphone* merek Oppo cukup populer dikalangan siswa SMK Assiddiqiyah Garut.

Dari hasil wawancara singkat yang peneliti laksanakan terhadap beberapa siswa SMK Assiddiqiyah Garut mengenai *Smartphone* merek Oppo adalah *Smartphone* Oppo mempunyai kualitas yang cukup baik, seperti memiliki warna yang cerah dan desain yang menarik serta dapat menunjang proses belajar pada saat sekolah online dengan baik. Dan beberapa siswa berpendapat bawah merasakan kepuasan dan manfaat dalam pemakaian *smartphone* Oppo.

Terdapat kelebihan serta kekurangan pada saat pemakaian *smartphone*

Oppo. Kelebihan yang dirasakan oleh sebagian siswa yakni adalah memiliki desain yang premium, sistem kamera yang serbaguna, sistem *AI* yang variatif, layar yang lebar serta baterai *jumbo* yang dapat menunjang pemakaian sehari-hari. Adapun kekurangan yang dirasakan oleh sebagian siswa yaitu pengisian baterai yang cukup lama, *chipset* yang agak tertinggal dari merek lain, sensor minim dan penyimpanan yang mudah penuh.

Pada saat siswa hendak melakukan pembelian *smartphone* Oppo, sebagian siswa mendapatkan informasi tentang *smartphone* Oppo dari berbagai media. Beberapa siswa dapat mengetahui spesifikasi *smartphone* Oppo dari iklan di televisi, menonton *review smartphone* Oppo di *Youtube* dan mencari informasi di internet serta mendapatkan informasi dari teman terdekat.

Terdapat banyak pilihan tempat untuk mendapatkan dan membeli *smartphone* Oppo bagi para siswa SMK Assiddiqiyah Garut yakni, konter-konter terdekat dari rumah siswa, mall yang berada di Garut, toko-toko online besar yang ada di Indonesia dan juga beberapa siswa mendapatkan *smartphone* Oppo yang mereka pakai dari pemberian keluarga ataupun saudara mereka.

Pengetahuan siswa yang berbeda-beda terhadap *smartphone* Oppo dan minimnya informasi yang didapatkan oleh beberapa siswa menyebabkan beberapa siswa menyesal dengan pilihannya tersebut pada saat sesudah membeli *smartphone* Oppo. Ada beberapa siswa yang merasa puas dan ada juga siswa yang merasa kurang puas terhadap keputusan mereka terhadap pembelian *smartphone* Oppo.

Ananda Dwithar Yuniar (2021), mendefinisikan keputusan pembelian sebagai serangkaian pilihan yang dilakukan konsumen sebelum membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Menurut Gusti Putu Eka Kusuma (2021), sebelum memutuskan membeli sebuah produk, umumnya konsumen akan melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu.

Dari uraian di atas dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk serta

pengetahuan konsumen dalam membeli *smartphone* Oppo, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Kalangan Siswa SMK Assiddiqiyah Garut”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari penjelasan di atas maka dapat dirumuskan Identifikasi masalah sebagai berikut yaitu:

1. *Smartphone* Oppo banyak digunakan oleh siswa SMK Assiddiqiyah Garut akan tetapi masih terdapat kendala seperti baterai yang cepat habis, memori yang cepat penuh, sistem operasi yang lambat dan mesin yang cepat panas dan itu berpengaruh pada kualitas produk.
2. *Smartphone* Oppo banyak digunakan oleh siswa SMK Assiddiqiyah Garut akan tetapi masih banyak siswa merasa tidak puas setelah membeli *smartphone* tersebut karena ketidaksesuaian dengan apa yang diharapkan dan itu terjadi karena pengetahuan konsumen yang kurang.
3. *Smartphone* Oppo yang digunakan oleh siswa SMK Assiddiqiyah Garut masih banyak di dapat bukan dari keputusan yang merujuk pada kualitas produk ataupun pengetahuan konsumen dahulu.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dipaparkan, makarumusan masalahnya adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddiqiyah Garut?
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddiqiyah Garut?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddiqiyah Garut?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah sudah dipaparkan, maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddqiyah Garut.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddqiyah Garut.
3. Untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Oppo di kalangan siswa SMK Assiddqiyah Garut.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca tentang pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian pada sebuah *smartphone*.

2. Kegunaan Praktis

- a) Untuk Perusahaan, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi tambahan bagi perusahaan *smartphone* Oppo untuk memahami konsumen dalam mengembangkan produk *smartphonenya* dimasa yang akan datang.
- b) Untuk Penelitian selanjutnya, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pengetahuan tambahan untuk penelitian berikutnya