

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan usaha dalam bidang penjualan handphone semakin pesat, mendorong produsen untuk bersaing secara ketat dalam menciptakan produk yang unggul dan inovatif. Dalam konteks ini, produsen handphone tidak hanya berlomba-lomba meluncurkan produk dengan teknologi terkini, tetapi juga berupaya membangun citra merek yang kuat dan menetapkan strategi harga yang kompetitif. Hal ini penting untuk menarik minat konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Toko Pelangi Ponsel di Tabanan merupakan salah satu retailer handphone yang menjual berbagai merek, termasuk Oppo. Oppo, sebagai salah satu dominasi utama di pasar handphone, berusaha menarik konsumen dengan menawarkan produk yang tidak hanya unggul dalam segi desain dan fitur, tetapi juga dengan harga yang bersaing. Dengan kombinasi antara citra merek yang positif dan harga yang tepat akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Toko Pelangi Ponsel.

Menurut Kotler (2004) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Ini adalah proses pengambilan keputusan yang melibatkan identifikasi kebutuhan, evaluasi alternatif, dan pemilihan produk atau merek yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian terjadi ketika konsumen dihadapkan pada

beberapa pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya dan melakukan evaluasi sebelum membuat keputusan akhir. Sebagian besar masyarakat memerlukan produk handphone yang mampu menjangkau seluruh akses, baik jarak jauh maupun jarak dekat. Handphone dengan kualitas produk yang rendah tidak akan menarik minat konsumen untuk membeli dan menggunakannya dalam jangka waktu lama. Peningkatan permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap handphone mendorong banyak industri untuk menciptakan dan menawarkan berbagai produk dengan inovasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini, fokus diberikan pada pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian handphone merek Oppo di Toko Pelangi Ponsel di Tabanan. Penting untuk mempertimbangkan bagaimana kedua faktor ini dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Citra merek yang positif dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, sementara strategi harga yang tepat dapat membuat produk lebih terjangkau dan menarik bagi berbagai segmen pasar. Oleh karena itu, memahami pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian adalah langkah penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi Toko Pelangi Ponsel.

Hasil pada Studi dari Jumpa Pers 2024, menunjukkan bahwa Oppo menempati urutan pertama dalam pasar handphone dengan perolehan angka 21%, disusul oleh Xiaomi dengan 19%, Vivo dengan 17%, dan Samsung dengan 17% . Persentase ini menunjukkan bahwa Oppo memiliki tingkat pemasaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk handphone lainnya. Oppo adalah salah satu jenis handphone pintar (smartphone) yang merilis telepon cerdas pertamanya pada tahun 2013 (Jumpa Pers, 2024) .

Hasil penelitian oleh Syamsul Bachri (2021) menjelaskan bahwa Oppo memiliki kualitas produk yang terpercaya, dengan fitur kamera super yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Desain Oppo yang sangat elegan juga meningkatkan minat konsumen untuk membeli handphone ini. Penjualan handphone Oppo di Toko Pelangi Ponsel menunjukkan angka yang tinggi, menjadikannya merek dengan penjualan tertinggi di toko tersebut. Berikut ini merupakan tabel penjualan handphone Oppo pada toko pelangi ponsel yaitu pada tabel 1.1.

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan Handphon Pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan Periode Januari – Desember 2023**

No	Merek Handphone	Bulan												Total
		Jan	Feb	Mart	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Okt	Nov	Des	
1	Oppo	88	90	99	100	124	98	85	64	88	98	100	138	1172
2	Vivo	50	55	63	47	58	69	62	59	41	47	55	48	654
3	Samsung	72	60	70	80	106	83	71	67	61	73	74	66	883
4	Realme	35	22	23	41	40	45	24	21	22	25	32	21	351
5	Xiami	85	88	75	95	111	88	77	67	88	84	78	88	1024
6	Nokia	20	85	11	25	34	18	11	16	4	8	5	2	239
7	Infinix	10	10	7	6	2	9	9	8	16	17	12	10	116
8	Iphone	4	1	1	9	1	-	1	1	2	3	6	5	34
9	Advan	3	-	1	4	-	-	1	1	-	3	1	2	16
Per bulan		367	411	350	407	476	410	341	304	322	358	363	380	4489

Sumber : Toko Pelangi Ponsel Januari – Desember 2023

Berdasarkan data penjualan handphone Oppo dari Januari hingga Mei 2023 di Toko Pelangi Ponsel menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap bulan. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian handphone Oppo lebih dominan dibandingkan merek-merek lain. Sebaliknya, penjualan handphone merek Vivo menurun drastis, dari 62 unit pada bulan Juli menjadi 59 unit pada bulan Agustus, dan terus menurun pada bulan September. Merek iPhone juga mengalami penjualan yang kurang signifikan, dengan hanya 3 unit terjual pada

bulan Oktober, meningkat sedikit menjadi 6 unit pada bulan November, namun kembali turun menjadi 5 unit pada bulan Desember.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan menarik mengenai preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut studi yang dilakukan oleh Syamsul Bachri (2021), Oppo dikenal karena kualitas produknya yang terpercaya dan fitur kamera yang sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Desain Oppo yang elegan juga menjadi daya tarik tersendiri yang mendorong minat pembelian. Dengan persentase pemasaran sebesar 21%, Oppo mengungguli merek-merek lain seperti Xiaomi (19%), Vivo (17%), dan Samsung (17%).

Keputusan konsumen untuk lebih memilih Oppo dibandingkan dengan iPhone, meskipun iPhone memiliki citra merek yang sangat kuat, menunjukkan adanya strategi pemasaran dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Oppo. Penting untuk meneliti lebih lanjut tentang faktor-faktor ini, termasuk bagaimana citra merek dan harga mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Pelangi Ponsel.

Dengan demikian, memahami pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian handphone merek Oppo di Toko Pelangi Ponsel di Tabanan menjadi sangat relevan. Analisis ini dapat memberikan wawasan penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan penjualan lebih lanjut. Fenomena ini juga membuka peluang penelitian untuk mengeksplorasi preferensi konsumen dan dinamika pasar handphone di Tabanan, mengungkap mengapa Oppo berhasil menarik lebih banyak konsumen dibandingkan dengan iPhone, Vivo, dan merek lainnya.

**Tabel 1. 2**  
**Perbandingan Penjualan Periode 2023**

NO	Marek Handphone	Toko Pelangi Ponsel	Toko Handphone Divya Call	Toko Handphone Kumara Call	Tunjung Bali Calluler	Siantar Phonsel Tabanan
1	Oppo	1172	699	875	1110	987
2	Vivo	654	250	356	750	520
3	Samsung	883	100	425	550	240
4	Realme	351	125	275	800	450
5	Xiaomi	1024	226	460	320	335
6	Nokia	239	100	210	329	278
7	Infinix	116	300	275	250	330
8	Iphone	34	10	20	50	15
9	Advan	16	18	50	2	50
<b>Total Penjualan</b>		<b>4489</b>	<b>1828</b>	<b>2946</b>	<b>4161</b>	<b>3205</b>

Sumber: Toko Pelangi Ponsel, Toko Handphone Putra Call, Toko Handphone Kumara Call, Tunjung Bali Calluler, Siantar Phonsel, Tabanan.

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat penjualan handphone di tiap outlet menunjukkan merek handphone Oppo lebih tinggi peminatnya, hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan akan citra merek untuk brand Oppo tersebut sangat kuat. Selain itu dengan kualitas yang juga memiliki tampilan hampir sama dengan Iphone, baik dari segi tampilan kamera yang mirip dengan ipone, bentuk dan spesifikasi, adapun merek handphone Oppo tersebut sebagai berikut: Oppo Find X5 Pro yang disebut mirip iphone 14 Pro Max, Oppo Reno 8 Pro 5G yang disebut mirip iphone 14, Oppo Find X3 Pro disebut mirip dengan iphone 13 Pro Max, Oppo A96 yang disebut mirip iphone 11. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian, selain itu dengan persaingan ketat tersebut dan farian handphone yang banyak maka konsumen memiliki pilihan yang banyak dari pilihan tersebut baik dari segi harga, kualitas, merek dan kegunaan serta keperluan konsumen, diantaranya hal tersebut banyak mempengaruhi keputusan pembelian.

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah citra merek. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), para pemasar harus mampu dalam menempatkan merek dengan baik dalam pikiran para konsumennya. Mengembangkan citra merek yang kuat adalah salah satu cara membuat konsumen mengenal produk tersebut. Hal itu akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pilihan dan dalam mengambil keputusan pembelian. Citra merek adalah persepsi, pendapat, dan keyakinan yang dimiliki konsumen tentang suatu merek, seperti yang tercermin dalam memori mereka. Kotler (2000) menyatakan bahwa citra merek adalah sejumlah keyakinan tentang suatu merek.

Dalam melakukan keputusan pembelian banyak hal yang harus diperhitungkan dalam citra merek, karena citra merek adalah strategi pemasaran yang mampu memenangkan persaingan, perusahaan dihadapkan pada keputusan pembelian merek. Untuk menciptakan merek yang kuat perusahaan harus membangun misi untuk citra yang baik dapat dicapai dengan program pemasaran yang kuat dengan menonjolkan kelebihan produk yang lain. Citra merek yang baik dibenak konsumen akan memicu konsumen untuk merefleksikannya kepada orang lain.

Citra merk merupakan presepsi, pendapat serta keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dari dalam memori kosumen. Pada akhirnya citra merek tetap memegang peranan penting terhadap keputusan pembelian. Citra merek menurut Kotler (2000) adalah sejumlah keykinan tentang merek. Pengembangan citra merek dalam keputusan pembelian sangatlah pentng dan citra merek yang dikelola dengan baik akan menghasilkan konsekuensi yang positif

(Pratiwi 2010). Citra yang efektif akan berpengaruh terhadap tiga hal yaitu memantapkan karakter produk dan usulan nilai, lalu menyampaikan karakter itu dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikacaukan dengan karakter pesaing, kemudian memberikan kekuatan emosional yang lebih dari sekedar citra mental. Agar dapat berfungsi, citra harus disampaikan melalui setiap sarana komunikasi yang tersedia dan kontak merek.

Citra merek atau brand image memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Citra merek merupakan penilaian atau pandangan konsumen terhadap suatu merek yang baik atau buruk. Hal ini berdasarkan pertimbangan atau penyelesaian dalam membandingkan perbedaan yang terdapat pada beberapa merek, sehingga penawarannya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek tersebut. Hal ini didukung oleh Kotler dan Keller (2012:264) berpendapat bahwa citra merek adalah *perception and beliefs held by consumer*. Berdasarkan pendapat para ahli maka, citra merek merupakan suatu pandangan dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian, dimana keputusan pembelian merupakan suatu keputusan masyarakat untuk mempertimbangkan dan mau dalam membeli suatu barang, yang secara langsung ikut serta terlibat dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang dibeli.

Selain citra merek yang menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian selanjutnya adalah harga yang terjangkau, harga adalah salah satu pertimbangan penting dalam proses keputusan pembelian dan kebanyakan konsumen mengevaluasi nilai (kombinasi antara harga dan kualitas)

dalam keputusan pembelian. Penetapan harga yang dilakukan penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, karena harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Presepsi konsumen terhadap harga dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu, setiap produsen memberikan persepsi yang baik terhadap produk yang mereka jual. Kemunculan smartphone Oppo yang membuat konsumen penasaran oleh handphone tersebut. Dengan harga yang bervariasi, mulai dari harga yang paling murah hingga yang termahal yaitu Rp. 1.800.000 sampai 9.000.000 konsumen dapat membeli Oppo sesuai dengan budget dan kebutuhan mereka. Harga termasuk dengan tipe Oppo A38, sedangkan yang termahal Oppo pad 2. dengan berbagai kualitas produk yang ada, harga yang bervariasi serta promosi yang gencar baik secara online maupun offline dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Pada keputusan pembelian, informasi harga merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh konsumen. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Menurut Swastha dan Irawan (2005) pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak untuk menentukan harga pokok. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penerapan harga adalah biaya, keuntungan dan perubahan keinginan pasar. Dimana tinggi atau rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen akan berpengaruh terhadap pelaku dan tidaknya suatu produk handphone.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas adalah salah satu alat utama mempromosikan pemasaran yang lebih luas. Dalam memilih

produk yang akan dibeli, konsumen akan mengevaluasi berbagai produk yang ditawarkan sebelum menetapkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pilihan konsumen dalam menggunakan smartphone saat ini sangatlah tinggi, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan produk handphone merek Oppo.

**Tabel 1.3**  
**List Harga HP Oppo Pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan**

No	Tipe	Harga
1	Oppo A18	1.499.000
2	Oppo A38	1.799.000
3	Oppo A78	3.399.000
4	Oppo A79	3.799.000
5	Oppo Pad Air	3.099.000
6	OppoWatch X	5.999.000
7	Oppo Pad 2	9.000.000

Sumber: Toko Pelangi Ponsel di Tabanan, 2023

Dari tabel 1.3 diatas, menunjukkan bahwa harga penjualan handphone Oppo mengalami peningkatan tipe dan harga yang dapat dijangkau konsumen, harga yang bisa dijangkau tersebut membuat konsumen mampu membeli dengan tipe yang paling bagus namun harga yang dapat dijangkau, sesuai dengan kemampuan pembeli. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan. Kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli dapat mencegah mereka beralih ke merek lain Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk dikaji lebih dalam mengenai **“Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat peningkatan penjualan handphone Oppo di toko pelangi ponsel, keputusan pembelian Oppo lebih banyak di banding dengan pembelian handphone merek lainnya
- 2) Banyaknya toko handpone yang ada di daerah Tabanan meningkatkan persaingan mulai dari harga hingga citra merek dari produk dan merek handphone.
- 3) Meningkatnya perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan banyak masyarakat tidak dapat lepas dari alat elektronik yaitu handphone.
- 4) Munculnya merek-merek baru sehingga meningkatkan persaingan harga antara penjualan merek handphone lainnya.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas maka penelitian ini berfokus pada produk handpone dengan merek Oppo dan dalam penelitian ini hanya focus pada penelitian citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian handphone pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan.

## 1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan?

- 2) Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi di Tabanan?
- 3) Apakah Citra Merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo pada Toko Pelangi di Tabanan?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- 1) Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi di Tabanan.
- 2) Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi di Tabanan.
- 3) Pengaruh Citra Merek dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi di Tabanan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yaitu ada 2 manfaat diantaranya ada manfaat teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

- 1) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumber daya pemasaran dalam ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran yang terkait dengan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian dari suatu produk handphone.

- 2) Manfaat praktis
  - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman terkait Pengaruh Harga dan Merek Handphone.

b. Bagi Toko Pelangi Ponsel

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi refrensi bagi perusahaan agar mereka dapat mengerti dan memahami faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bagi produk mereka

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini akan dapat menjadi tambahan sumber pustaka khususnya mengenai Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.

