

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Teknologi di Negara Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan secara terus menerus. Perihal tersebut ditandai dengan munculnya berbagai jenis alat komunikasi yang canggih salah satunya adalah *Smartphone* yang dijadikan sebagai alat perantara komunikasi oleh pelaku usaha dan masyarakat pada umumnya. Di bidang perangkat komunikasi, *Smartphone* menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang. Mengenai munculnya hal tersebut, tentunya akan sangat berdampak pada meningkatnya permintaan akan alat komunikasi oleh masyarakat, sehingga memicu terjadinya persaingan antar pelaku usaha *Smartphone*. Pola pikir yang baru muncul karena adanya persaingan dalam dunia bisnis agar dapat menciptakan barang atau jasa untuk menyampaikan nilai lebih kepada pelanggan (Subhash, 2007).

Para pelaku usaha dituntut untuk mampu membuat ide-ide baru baik dari segi kualitas produk, citra merek, dan desain produk *Smartphone*. *Smartphone* didefinisikan sebagai sebuah telepon genggam yang juga diartikan sebagai komputer genggam karena pengoperasiannya menyerupai komputer dan memiliki fasilitas telepon serta karakteristik atau kemampuan tingkat tinggi (Margono, 2010). Selain itu, *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam melakukan aktivitas sehari-hari, seperti media bisnis, media hiburan, media informasi dan media edukasi dan lain-lainnya.

Produk *Smartphone* sudah tersebar luas di berbagai wilayah Indonesia. Penyebaran produk tersebut terus meningkat dan hampir terdapat diseluruh wilayah yang ada di Indonesia salah satunya Provinsi Bali. Seiring dengan hal tersebut, banyak perusahaan-perusahaan digital di Bali yang menyediakan berbagai jenis merek *Smartphone* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun jenis *Smartphone* yang disediakan oleh outlet-outlet *Smartphone* seperti merek Samsung, Oppo, Xiaomi, Vivo, Asus, Lenovo, *Iphone*, dan lainnya. Melihat hal tersebut kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Salah satu *Smartphone* yang memiliki kualitas dan citra merek serta desain yang sedang *trend* saat ini adalah *Smartphone* Oppo. Merek Oppo dapat dikatakan sebagai merek baru yang mampu bersaing dengan merek *Smartphone* lainnya seperti Vivo, dan Xiaomi. *Smartphone* Oppo memperkenalkan produknya dengan melalui iklan di TV hal tersebut bertujuan untuk memberikan informasi serta menarik perhatian masyarakat, dan juga bekerjasama dengan perusahaan penjual *Smartphone* melalui pemasangan *banner* atau spanduk agar merek Oppo menjadi banyak terkenal dikalangan masyarakat.

Badilan Grosir Singaraja merupakan salah satu outlet penjual *Smartphone* lengkap dengan menyediakan berbagai jenis merek dan aksesoris *Smartphone* yang ada di Kabupaten Buleleng tepatnya beralamat di Jl. A.Yani No.89b, Kaliuntu, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Selain itu, Badilan juga memiliki dua cabang outlet yang berlokasi di Kubutambahan dan Seririt. Badilan Grosir juga menyediakan toko resmi untuk memberikan pelayanan servis dan kemudahan bagi pelanggan ataupun masyarakat lainnya apabila memiliki masalah pada *Smartphone* nya.

Adapun data penjualan *Smartphone* pada periode bulan Januari sampai Maret di Badilan Grosir Singaraja dapat dilihat dari data Tabel 1.1

Table 1.1  
Data Penjualan *Smartphone* di Badilan Grosir Singaraja  
Periode: Januari-Maret 2020

No.	Merek <i>Smartphone</i>	Periode		
		Januari	Februari	Maret
1	Oppo	566	621	688
2	Vivo	628	378	365
3	Xiaomi	354	278	274

Sumber : Badilan Grosir Singaraja

Berdasarkan data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan *Smartphone* yang mengalami peningkatan setiap bulannya adalah *Smartphone* merek Oppo. Pada bulan Januari ke Februari jumlah penjualan *Smartphone* Oppo mengalami peningkatan sebesar 9,7%, dan pada bulan Maret kembali mengalami peningkatan sebesar 10,8%. Meskipun penjualan *Smartphone* Oppo mengalami peningkatan, tetapi belum mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh pihak Badilan Grosir Singaraja. Dimana dari pihak perusahaan menargetkan penjualan *Smartphone* Oppo terjual sebanyak 800 produk untuk setiap bulannya. Hal ini menunjukkan penjualan *Smartphone* Oppo dari bulan Januari sampai dengan Maret masih dibawah target penjualan. Untuk mencapai target penjualan diharapkan pihak perusahaan harus menjaga citra merek, dan meningkatkan kualitas produknya serta membuat desain produk yang lebih menarik agar dapat lebih mendorong daya tarik konsumen untuk membeli sehingga bisa dapat dicapai target penjualan.

Citra Merek salah satu variabel pertama yang mempunyai pengaruh terhadap kegiatan pembelian. Pembeli dapat membedakan beberapa produk dengan adanya citra merek produk. Citra merek adalah pikiran dan perasaan pelanggan ketika mendengar suatu merek (Kotler dan Armstrong, 2012. Produk

yang memiliki suatu citra yang positif tentunya akan mendorong pembeli untuk mengkonsumsinya. Produk yang memiliki suatu citra yang positif tentunya akan mendorong pembeli untuk mengkonsumsinya. Citra merek yang unik dan berbeda menjadi hal penting apabila citra mengenai merek berkaitan dengan tingkah laku dalam bentuk kepercayaan dan referensi terhadap sebuah merek. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustiawan (2016), mengemukakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil penelitian itu didukung pula oleh penelitian Amilia (2017), memaparkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian Lubis (2017), mendeskripsikan bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Pengambilan keputusan juga dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk merupakan kinerja produk untuk menampilkan kegunaannya seperti keseluruhan masa kegunaan dari produk, kesederhanaan, keandalan, mudah dalam perbaikan dan pengoperasian. Farisi (2018), memaparkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Selanjutnya pada penelitian Mukarromah dan Chusnul (2019), mengemukakan bahwa kualitas produk secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Syamsidar dan Euis (2019), memaparkan variabel kualitas produk tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, variabel desain produk dapat memberikan pengaruh kepada pembeli untuk melakukan keputusan pembelian. Desain merupakan tahap awal yang digunakan oleh perusahaan sebelum memulai membuat suatu barang. Sehingga mampu dikatakan bahwa desain adalah bentuk perumusan dari bermacam unsur termasuk berbagai perhitungan yang perlu diperhatikan didalamnya. Menurut Kotler dan Keller (2009), desain produk yaitu fungsi keseluruhan yang mendorong performa, fungsi produk atau jasa berdasarkan keperluan para konsumen. Aspek desain produk dalam aktivitas pemasaran yaitu menjadi salah satu yang dapat membentuk daya tarik kepada suatu produk. Hasil penelitian sejalan dengan Tengor, dkk (2016), memaparkan bahwa desain produk dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan. Amron (2018), menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil yang dikemukakan oleh Maindoka, dkk (2018), menjelaskan desain produk ternyata tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Adapun gap atau kesenjangan penelitian yang timbul mengacu pada penelitian tentang Citra Merek dan Kualitas Produk serta Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian yang berbeda-beda menjadi dasar penelitian yang dilakukan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji kembali pengaruh citra merek dan kualitas produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian. Dipilihnya *Smartphone* Oppo karena dilihat dari gep fenomena *Smartphone* Oppo merupakan *Smartphone* yang paling diminati oleh masyarakat hal tersebut didukung oleh data penjualan di Badilan Grosir Singaraja.

Berlandaskan pada latar belakang masalah penelitian sebelumnya, maka diusulkan kembali judul penelitian yaitu “Pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk serta Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, sehingga dapat diidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya :

1. Pembelian *Smartphone* Oppo mengalami peningkatan pada bulan Januari sampai dengan Maret 2020, dikarenakan tingginya keputusan pembelian pada konsumen.
2. Belum tercapainya target penjualan bulan Januari sampai dengan bulan Maret penjualan *Smartphone* Oppo masih dibawah target penjualan. Sehingga mengharuskan pihak perusahaan harus tetap menjaga citra merek dan meningkatkan kualitas produk serta membuat desain produk yang lebih menarik agar mampu lebih menarik perhatian konsumen untuk membeli.
3. Terjadinya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti hanya

meneliti Citra merek, Kualitas Produk, Desain Produk sebagai variabel bebas, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada pemaparan latar belakang penelitian diatas, sehingga rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja?
3. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* di pada Badilan Grosir Singaraja?
4. Apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian pada pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja
2. Menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja.

3. Menguji pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja.
4. Menguji pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk serta Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada pembelian *Smartphone* Oppo di Badilan Grosir Singaraja

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

Diharapkan dari hasil penelitian dapat memberikan manfaat, maka dapat dipaparkan manfaat dari penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan dan pemahaman ilmu pengetahuan terutama di bidang Manajemen Pemasaran terutama mengenai citra merek dan kualitas produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen Badilan Grosir Singaraja sebagai bahan dasar untuk mempertimbangkan kegiatan atau kebijakan perusahaan, dalam menentukan strategi-strategi pemasaran khususnya yang paling berkaitan dalam hal citra merek, kualitas produk dan desain produk dalam keputusan pembelian.