

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi menuntut kesiapan yang lebih matang dalam segala hal. Bidang teknologi merupakan salah satu hal yang harus dimanfaatkan oleh manusia untuk menghadapi tantangan zaman. Hal ini yang mendorong manusia untuk berkreasi dan berimajinatif terhadap teknologi yang semakin canggih.

Komunikasi penting bagi seseorang untuk menyampaikan pesan yang diinginkannya. Alat penunjang komunikasi mulai dari Telpon Rumah sampai Ponsel *CDMA* bermunculan untuk memudahkan komunikasi manusia. Hal ini mengundang para industri untuk memunculkan inovasi alat komunikasi yaitu Smartphone sebagai Telekomunikasi genggam Multifungsi yang tidak hanya bertujuan sebagai Alat komunikasi semata, namun dapat juga sebagai multifungsi dalam menyalurkan kegiatan yang diinginkan seperti berfoto atau bermain game

Peran Keputusan Pembelian sangat penting untuk menuntun pengguna untuk memilih produk yang diinginkannya seperti hal telepon pintar milik OPPO. Hal ini mengundang OPPO untuk memberikan Iklan yang baik, serta selalu mengutamakan gaya hidup yang pas untuk menyakinkan pengguna membeli

Ponsel Pintar seperti OPPO tersebut. Tetapi di sisi lain OPPO mempunyai banyak masalah yang menghambat dalam pelaksanaan di lapangannya.

OPPO menjadi ponsel pintar yang diminati banyak orang karena selain harga yang murah, ponsel tersebut juga memberikan fitur canggih yang memanjakan pengguna, khususnya yang suka dengan selfie atau hasil foto dengan kualitas modern. Akan tetapi, bukanlah hal yang mudah untuk membuat konsumen memutuskan pilihannya pada ponsel pintar seperti OPPO. Berdasarkan Masalah di atas, Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pelanggan ponsel OPPO.

Faktor Pertama yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian, yaitu Informasi. Pengguna dituntut harus lebih cerdas dalam memilih Ponsel Pintar yang dibelinya. Hal ini mengutarakan bahwa Informasi sangat penting untuk mengetahui bagaimana kelemahan dan keunggulan Ponsel Pintar milik OPPO ini.

Akan Tetapi, Informasi yang tidak tepat akan menimbulkan masalah sehingga pengguna menjadi ragu untuk membeli Ponsel Pintar milik OPPO.

Menurut Survei Awal yang peneliti lakukan melalui kuesioner *online* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mengatakan bahwa minimnya informasi atas pengetahuan produk menimbulkan masalah. Iklan

baik cetak, maupun elektronik dirasa sangat minim, yang akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian ponsel pintar OPPO tersebut.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas dan harga yang tidak sebanding. Pengguna membeli ponsel pintar untuk memenuhi kebutuhan yang di rasa pas baginya. OPPO bisa dikatakan sebagai *Handphone* yang murah dan terjangkau bagi Konsumen. Akan tetapi, harga yang murah harus diselaraskan dengan kualitasnya , hal ini jelas menimbulkan masalah sehingga mempengaruhi keputusan untuk membeli ponsel pintar tersebut.

Menurut survei awal yang peneliti lakukan melalui kuesioner *online* pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mengatakan bahwa harga tidak sebanding dengan kualitas yang diberikan Ponsel Pintar tersebut, sehingga menimbulkan masalah pada ponsel pintar OPPO, seperti baterai cepat panas, sistem ponsel yang suka ngebleng sampai layar yang masih menggunakan spesifikasi yang standar, yang pada akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada ponsel pintar OPPO tersebut.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* bahwa OPPO di Indonesia ternyata mengalami permasalahan yang berbeda-beda mulai dari masalah ponsel yang

suka mati tiba-tiba hingga memori ponsel yang tidak cukup¹. Hal ini mengundang reaksi yang mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian pada OPPO.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu gaya hidup. Gaya hidup menjadi suatu hal sangat penting untuk diperhatikan, OPPO dinilai sebagai ponsel pintar yang murah dan berkualitas sehingga pengguna tidak ambil pusing untuk menentukan pilihannya. Akan tetapi, perusahaan ternama seperti Samsung, Lenovo, Xiaomi dan pesaing lainnya menawarkan banyak produk ponsel yang lebih modern dan canggih, sehingga gaya hidup untuk menggunakan ponsel pintar OPPO menjadi semakin kecil.

Menurut survei awal yang peneliti lakukan melalui kuesioner *online* pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mengatakan bahwa kelompok referensi seperti menjadi masalah mahasiswa pendidikan tata niaga. Kelompok referensi yang mempunyai gaya hidup *handphone* dengan merek yang berbeda-beda, menceritakan keunggulan yang dirasa sangat puas atas *handphone* merek lain. *Handphone* yang dimiliki rekannya mempunyai keunggulan seperti body ponsel yang hingga kokoh hingga memiliki spesifikasi, seperti RAM atau IOS yang cepat, sehingga hal ini

¹<https://anaksantai.com/masalah-pada-android-oppo-dan-cara-mengatasinya-bagian-2.html> (Diakses pada tanggal 12 April 2017)

membuat minat pengguna membeli OPPO menjadi lebih sedikit, yang pada akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian ponsel OPPO tersebut.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* bahwa pengguna *smartphone* Samsung *Galaxy* tentunya memiliki kebiasaan yang berbeda-beda saat memanjakan perangkat ponselnya itu. Dengan banyaknya tampilan fitur-fitur menarik, pengguna bisa merasakan langsung bagaimana keunggulan dari *smartphone* seperti halnya dua aplikasi dalam satu layar, kecepatan *smartphone* atau kustomisasi menu *quick setting*. hal ini mengundang reaksi yang mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian ponsel pintar OPPO.²

Dapat disimpulkan bahwa rendahnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu iklan OPPO, harga, kualitas dan rendahnya gaya hidup pengguna ponsel pintar OPPO. Semua hal tersebut harus diperhatikan oleh Pemerintah dan pihak OPPO bila ingin memiliki iklan dan gaya hidup yang baik agar pengguna dapat memutuskan pilihannya untuk membeli ponsel pintar OPPO.

Dari ketiga penyebab baik buruknya iklan maupun gaya hidup yang telah dijelaskan di atas, keputusan pembelian yang dinilai rendah menarik perhatian peneliti untuk meneliti lebih jauh,

² <http://techno.okezone.com/read/2014/07/24/92/1017564/tiga-fitur-keunggulan-smartphone-samsung> (Diakses pada tanggal 12 April 2017)

tentang rendahnya keputusan pembelian ponsel pintar OPPO pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut :

- Buruknya iklan OPPO
- Buruknya harga dan kualitas
- Rendahnya gaya hidup OPPO

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah Keputusan Pembelian memiliki penyebab yang sangat luas. Karena keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain : dana, waktu, pikiran, & tenaga maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah “Hubungan Iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian OPPO?
2. Apakah terdapat hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian OPPO?

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini memiliki kegunaan bagi beberapa kalangan, diantaranya yakni :

- Peneliti : Bagi Peneliti, dapat memperoleh pengalaman langsung dan wawasan dalam meneliti mengenai “Hubungan Iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga”
- Perusahaan : sebagai masukan dalam pemahaman isu-isu terkini mengenai Iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian yang bermanfaat bagi pengguna untuk marketing atau pemasaran
- Universitas Negeri Jakarta : sebagai bahan bacaan ilmiah dan referensi bagi peneliti lainnya tentang “Hubungan Iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga.