

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laju perkembangan zaman dalam kehidupan manusia yang tinggal bumi seiring berjalannya waktu selalu berubah-ubah dan mengalami peningkatan, baik dalam cara berfikir, bersosial dan juga teknologi. Dari ketiga poin tersebut teknologi mempunyai peran utama dalam mewujudkan perubahan-perubahan tersebut. Alat telekomunikasi merupakan salah satu wujud dari teknologi, yang dalam perkembangannya akan memberi pengaruh yang sangat besar dalam perubahan zaman untuk kedepannya.

Alat telekomunikasi mulai memegang peranan penting dalam perkembangan zaman berawal dari era globalisasi sampai kepada zaman saat ini yaitu generasi millennial (4.0). Namun seiring berjalannya waktu, pada zaman dan era yang semakin maju manusia membutuhkan suatu alat yang lebih dari sebuah alat telekomunikasi. Untuk mempermudah segala aktifitas yang akan dilakukan dalam sehari-hari.

Perkembangan alat telekomunikasi menjadi suatu peluang bisnis yang sangat besar dan beberapa produsen mengambil kesempatan untuk kembali membangun produk baru yang lebih canggih dan berinovasi demi untuk menduduki puncak pangsa pasar dalam bidang telekomunikasi.

Pada awalnya produksi telepon genggam dikuasai oleh Nokia, Samsung, dan Sonyericsson. Namun seiring berkembangnya teknologi, banyak pendata baru yang mulai menciptakan inovasi baru, dan memunculkan telepon genggam yang memiliki kelebihan dibandingkan inovasi sebelumnya. Selain itu, para produsen yang lainnya memiliki cara khusus dalam hal mengajak orang-orang untuk membeli produk mereka.

Dalam hal ini, produk-produk baru yang disebutkan diatas yaitu Oppo, Vivo, Asus, Xiomi, Huawei, dan Apple menjadi saingan untuk Nokia dan Samsung yang sebelumnya menjadi penguasa telekomunikasi. Adapun salah satu merek dikalangan masyarakat, mampu menyeimbangi inovasi dari merek lainnya, yaitu Oppo Electronic Corp, Ltd.

Perusahaan Oppo berdiri pada tahun 2004 yang beralamat di Dongguan, Guangdong, 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. Namun, pada tahun 2008, Oppo mulai masuk dalam pasar *smartphone* Pada bulan April tahun 2013, untuk pertama kalinya Oppo masuk dalam pasar Indonesia secara resmi. Sebelum produknya di pasarkan ke Indonesia, Oppo terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Thailand, Vietnam, Rusia, Amerika, dan Qatar. Sejak saat itu, Oppo terus melakukan promosi dalam memperkenalkan kualitas brand nya melalui iklan Media Cetak, TV, Internet dll. Pada awalnya produk unggulan *smartphone* Oppo yang memasuki pasar ekonomi Indonesia adalah Oppo Find 5 , Oppo Find Way U7015, Oppo Find Piano.

Meskipun harga yang terbilang ekonomis, OPPO ELECTRONIC, ltd tidakmenjadikan produknya sebagai barang murahan. Dalam hal ini, produsen berusaha membuat para konsumen loyal serta membangun ekuitas merek OPPO pada pangsa pasar internasional. Dalam hal ini, berikut dilampirkan harga beberapa penjualan produk *smartphone* yang ada di Kabupaten Bireuen.

Tabel 1.1
Penjualan Produk *Smartphone* Oppo di Toko-Toko di Kabupaten Bireuen

No	Kecamatan	Nama Toko	Penjualan
1	Kota Juang	Pon <i>Cell</i>	800 Unit
		Zamzam Ponsel	1040 Unit
		<i>Connect Cell Store</i>	980 Unit
		Juragan <i>Handphone</i>	1005 Unit
2	Kecamatan Juli	Juli Ponsel	630 Unit
		W Ponsel Juli	488 Unit
		Rahmat <i>Cell 2</i>	439 Unit
3	Kecamatan Jeumpa	Yunus Ponsel	338 Unit

		Joul Cell	347 Unit
4	Kecamatan Peusangan	Meuligoe Ponsel	241 Unit
		Be-Store	198 Unit
Jumlah			6.506

Sumber Toko-Toko Ponsel di Kabupaten Bireuen (2023)

Dari tabel 1.1 tersebut, dapat dijelaskan bahwa beberapa toko yang telah menjual produk *smartphone* Oppo di Kabupaten Bireuen pada tahun 2023, toko-toko di Kecamatan Kota Juang yang melakukan penjualan paling banyak di tahun 2023, yang kedua diperoleh dari toko di Kecamatan Juli serta yang ketiga dari toko di Kecamatan Jeumpa dan disusul oleh toko yang berada di Kecamatan Peusangan.

Fenomena yang terjadi, setiap perusahaan *smartphone* dalam persaingannya memberikan produk berkualitas sama, fitur yang sama dan tentunya dengan harga yang bervariasi, untuk menarik perhatian pelanggan dan konsumen.

Dengan demikian, Oppo berusaha untuk tidak hanya menjadi pemain yang relevan di pasaran, tetapi juga memimpin dalam memberikan solusi teknologi yang inovatif. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus berinovasi dan menjadi pionir dalam memenuhi kebutuhan teknologi yang terus berkembang.

Untuk persepsi kualitas pada produk Oppo, masyarakat di Kabupaten Bireuen memang tidak meragukan kualitas dari produk Oppo tersebut, Namun dalam persaingannya, Oppo juga memperhatikan beberapa indikator yang kemungkinan memberi kemudahan bagi konsumen dalam memberikan keputusan pembelian terhadap produknya. Adapun beberapa indikator tersebut adalah Ekuitas merek yang terdiri dari asosiasi merek, kesadaran merek, persepsi kualitas, loyalitas merek. Selain itu, berdasarkan indikator harga yaitu daya beli, kemampuan untuk membeli, gaya hidup pelanggan, manfaat produk, harga produk lain.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo Oleh Masyarakat di Kabupaten Bireuen"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pada penelitian ini dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana pengaruh kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen?
- 2 Bagaimana pengaruh persepsi kualitas (*perceived quality*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen?
- 3 Bagaimana pengaruh asosiasi merek (*brand associations*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen?
- 4 Bagaimana pengaruh loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen?
- 5 Bagaimana pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen.
- 2 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas (*perceived quality*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen.

- 3 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh asosiasi merek (*brand associations*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen.
- 4 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen.
- 5 Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

a Secara Teoritis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

b. Secara Praktis

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai pengaruh kesadaran merek (*brand awareness*), persepsi kualitas (*perceived quality*), asosiasi merek (*brand associations*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian konsumen.