

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadikan peran promosi penting untuk perusahaan. Dengan promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan dapat menarik konsumen untuk mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan promosi, konsumen yang semula tidak tertarik terhadap produk dapat berubah pikiran untuk membeli produk. Perusahaan menggunakan promosi untuk memicu transaksi, sehingga konsumen mau membeli suatu merek tertentu serta mendorong tenaga penjualan untuk secara agresif menjualnya. Selain itu promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk. Dengan promosi tersebut diharapkan konsumen mau membeli produk tersebut dan mendorong konsumen yang telah membeli agar membeli produk lebih sering lagi, sehingga akan terjadi pembelian ulang dan volume penjualan produk suatu perusahaan akan meningkat.

Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan agar konsumen bersedia menjadi langganan. Mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba atau meneliti barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan, akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut, jika kurang yakin terhadap barang tersebut. Disinilah perlu mengadakan promosi yang terarah, karena diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan (Sugiyono, Endar 2004:17)

Berdasarkan pemantauan yang dilakukan terhadap beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dalam membeli smartphone dengan merek OPPO, diantaranya yaitu konsumen melihat apakah produk tersebut berkualitas dan apakah nyaman untuk digunakan karena banyaknya smartphone yang canggih-canggih. Dan kenyataannya adalah smartphone OPPO tersebut sangat banyak diminati karena kualitasnya, Dan smartphone OPPO ini menggunakan SRP (Standart Regional Price) tidak dijual dengan harga yang berbeda di setiap cabangnya, melainkan harga di semua cabang tetap sama, tidak seperti smartphone yang lainnya. Karena bertujuan agar tidak mematikan toko toko kecil.

Setelah beberapa waktu diteliti dilapangan secara langsung dengan menanyakan pendapat dari konsumen, diketahui bahwa smartphone ini sangat diminati dan setiap konsumen yang mengetahui tentang kualitas produk OPPO ini konsumen tersebut akan membeli nya.

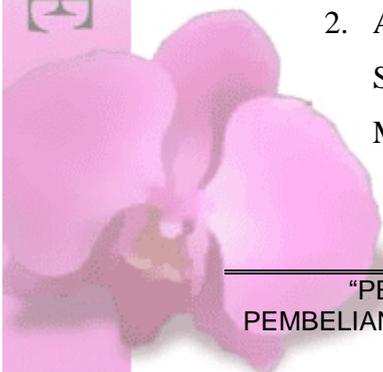
Dengan promosi yang baik diharapkan akan terjadi komunikasi antara produsen dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi tersebut diharapkan dapat memperoleh konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA MALANG.”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkececwara Malang ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkececwara Malang ?



3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang
2. pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang
3. pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian SMARTPHONE OPPO pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Penulis  
Untuk menambah pengetahuan teoritis, memperluas wawasan, untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan dalam keputusan pembelian terhadap produk *smartphone* OPPO.
2. Bagi Akademisi  
Dapat dijadikan informasi tambahan bagi pembaca untuk menambah referensi bagi penelitiannya baik yang akan maupun yang sedang melakukan penelitian tersebut.
3. Bagi Pihak yang Bersangkutan  
Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi promosi yang lebih baik dan menambah informasi bagi pihak yang bersangkutan

