

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi juga informasi sekarang menjadi tuntutan yang vital bagi manusia, dimana teknologi berperan dalam penyebaran informasi sehingga menjadi hal yang wajib ada dalam proses kehidupan manusia. Teknologi yang diciptakan semakin berkembang ini pada dasarnya guna mempermudah hidup manusia dalam menjalankan aktivitas. Teknologi informasi diaplikasikan manusia dalam mencari data, mengolah data sehingga memperoleh informasi yang relevan. (Aminullah, 2020; Edwin Kiky Aprianto, 2021; Yana Siregar et al., 2020).

Semakin berkembangnya teknologi juga berdampak pada cara manusia berkomunikasi. Majunya teknologi komunikasi menyebabkan munculnya produk yang canggih salah satunya produk handphone (Aldini et al., 2022; Sofralsa & Latifa Ulfat, 2022). Handphone yakni alat yang memudahkan guna melakukan komunikasi dan juga melakukan pekerjaan manusia (Rahmawati & Illiyin, 2021; Sofralsa & Latifa Ulfat, 2022).

Menurut Abdul Muslim pengguna ponsel pintar (*smartphone*) di Indonesia diproyeksikan mencapai 194,26 juta pada 2024 ini, meningkat 4,23 juta (2,23%) dibandingkan dengan tahun 2023 masih 190,03 juta. Peningkatan pengguna tersebut ditopang oleh beralihnya pemanfaatan ke perangkat pintar yang lebih canggih seiring dengan akses terhadap internet yang telah lebih merata dan baik di Tanah Air.

Seiring berjalanya waktu, teknologi tak hanya mencerminkan kemajuan teknologi industry, tapi juga memainkan peran dalam dunia bisnis. Bisnis handphone yang saat ini meluas yakni perusahaan Oppo smartphone. Oppo yakni sebuah smartphone terkemuka di Indonesia dan handphone Oppo terus mengarah ke perkembangan serta gaya hidup pembelinya (Rahmawati & Illiyin, 2021).

Seperti halnya Oppo, merek asal Republik Rakyat Tiongkok, punya harga terjangkau dan ponsel netral yang punya fitur canggih, yang mendapati akan produknya mampu melakukan fungsinya dan punya kualitas yang baik (Aldini et al., 2022).

Indonesia's Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, 4Q23 (Shipments in millions)						
Company	4Q23 Shipments	4Q23 Market Share	4Q22 Shipments	4Q22 Market Share	YOY Growth	
1. Samsung	1.7	19.4%	1.8	21.8%	-5.4%	
2. vivo	1.6	17.4%	1.5	18.2%	1.8%	
3. Transsion	1.5	17.1%	0.5	5.8%	211.5%	
4. Xiaomi	1.4	16.1%	1.1	12.7%	35.2%	
5. OPPO	1.4	15.8%	2.2	26.1%	-35.5%	
Others	1.3	14.1%	1.3	15.5%	-3.8%	
Total	9	100.0%	8.5	100.0%	6.1%	
Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 4Q23						
Note: * All figures are rounded off						

Gambar 1.1 Pasar Smartphone Indonesia 2023

Sumber : IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, 4Q23

Selain itu, segmen Hp 5G mendapati tren positif di pasar Indonesia pada tahun 2023, tren ini terjadi pada kuartal IV-2023 ketika 9 juta unit smartphone berhasil dikirim ke Indonesia. Dari tahun 2022 hingga 2023, angka ini meningkat 6,1%.

Menurut penelitian IDC, segmen smartphone kelas menengah (dari Rp 3 juta hingga Rp 9 juta) mengalami penurunan pertumbuhan YoY 14,9% , dengan Oppo yang paling menonjol. Di sisi lain, segmen smartphone harga tinggi (harga di atas Rp 9 juta) mengalami pertumbuhan YoY 78% dengan Apple dan Samsung yang paling menonjol.



Indonesia's Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, 1Q24

Company	1Q24 Market Share	1Q23 Market Share	YOY Growth
1. OPPO	19.9%	23.3%	8.5%
2. Samsung	17.3%	24.0%	-8.2%
3. Transsion	16.1%	5.4%	279.4%
4. vivo	15.8%	16.5%	21.4%
5. Xiaomi	15.6%	13.7%	44.4%
Others	15.4%	17.0%	15.4%
Total	100.0%	100.0%	27.4%

Source: Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, May 2024
Note: All figures are rounded off

Gambar 1.2 Pasar Smartphone Indonesia 2024

Sumber : IDC World Quarterly Mobile Phone Tracer, May 2024

Data yang dikumpulkan oleh IDC tentang pangsa pasar ponsel Indonesia pada kuartal pertama tahun 2024 menunjukkan bahwa Oppo menduduki posisi pertama dengan 19,9%. Samsung menduduki posisi kedua dengan 17,3% , Transsion (Tecno, Infinix, Itel) menduduki posisi ketiga 16,1%, Vivo menduduki posisi keempat, dan Xiomi menduduki posisi kelima dengan 15,6%.

Oppo mengalahkan Samsung, yang memimpin pangsa pasar, smartphone Indonesia pada Q4 tahun 2023, di tahun 2024. Oppo berada di peringkat teratas ini mendapati akan banyak individu yang tertarik pada handphone Oppo. Ini dibuktikan oleh seri terbarunya, seperti seri Reno, seri A, dan seri Find, yang punya spesifikasi yang jauh lebih baik. Kualitas kamera dan RAM juga meningkat.

Harga handphone Oppo terbaru bervariasi, tentunya berdasarkan spesifikasinya. Reno Series dan Find Series punya harga mulai dari 3 juta rupiah hingga 10 juta rupiah, sedangkan Oppo A Series, yang paling terjangkau, berharga sekitar 1 juta rupiah.

Penilaian masyarakat juga dapat diberi dampak oleh harga yang lebih murah dan mahal, serta kualitas produk dan gaya hidup pelanggan. Gaya hidup masyarakat juga berubah seiring kemajuan teknologi. Selain tuntutan guna memenuhi keinginan yang belum pernah dipenuhi (Triningrum, 2021).

Individu-individu yang sudah mengaplikasikan ponsel Oppo akan tetap ada dan akan semakin tertarik dengan seri terbaru karena harganya yang terjangkau. Ini akan membuat individu merasa puas dan nyaman, dan mereka mungkin akan membeli lagi di masa depan. Ketika pembeli merasa produk yang mereka beli memenuhi harapan mereka, minat beli ulang dapat muncul. Disebabkan oleh pertimbangan harga yang mereka ketahui sebelumnya, seperti keyakinan bahwa produk tersebut lebih murah, atau kualitas produk itu sendiri. Minat beli ulang itu sendiri yakni tuntutan juga tingkah laku pembeli guna membeli ulang produk. (Pasaribu et al., 2023).

Pada penelitian Priyanto & Sudrartono, 2021 yang berjudul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. Temuan studi mendapati akan harga berdampak positif signifikan pada minat beli ulang. Sedangkan Pada studi (Novitasari et al., 2022) Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya mendapati hasil penelitian harga berdampak negative terhadap minat beli ulang.

Pada studi “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang, temuan studi mendapati akan harga berdampak positif pada minat beli ulang pengguna shoope di Kota Surakarta Maulana”, 2020. Sedangkan pada studi literature , hasil penelitian Hariyanti, 2020 mendapati akan bauran pemasaran yang meliputi kualitas produk tak berdampak signifikan pada minat beli ulang.

Dalam studi Bernadetha Ernayani 2021 dalam (Amari, 2023) menguraikan yakni gaya hidup berdampak signifikan pada minat beli ulang, dan pada studi Amelia & Bintarti, 2023 mengatakan yakni gaya hidup tak berdampak signifikan pada minat beli ulang.

Atas uraian diatas, menjadikan penulis menyajikan studi berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang Handphone OPPO Di Lumajang”**.

1.2. Batasan Masalah

Uraian dari latar belakang di atas, mendapati penulis menyajikan batasan guna memberhentikan masalah yang ada supaya tak melebar, yakni berupa:

- a. Studi ini dibidang Manajemen Pemasaran.
- b. Item yang dikaji yakni tentang, harga, kualitas produk, gaya hidup, serta minat beli ulang konsumen.
- c. Studi ini dianalisis pada pengguna handphone Oppo di Desa Munder Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, mendapati penulis memberikan rumusan masalah, yakni berupa:

- a. Apakah harga berdampak terhadap minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang?
- b. Apakah kualitas harga berdampak terhadap minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang?
- c. Apakah gaya hidup berdampak terhadap minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan studi ini yakni guna mendapatkan informasi berikut dari latar belakang juga rumusan masalah, serta guna menguji subjek studi pada situasi nyata:

- a. Guna pengetahuan akan harga berdampak pada minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang.
- b. Guna pengetahuan akan kualitas harga berdampak pada minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang.
- c. Guna pengetahuan akan gaya hidup berdampak pada minat beli ulang konsumen Oppo di Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan bisa menyajikan manfaat bagi para membacanya, yang diuraikan yakni berupa:

- a. Manfaat Bagi Peneliti Lain
 - 1) Menjadi landasan informasi akan bahan pertimbangan guna praktik dan teori, sehingga memberikan wawasan yang bisa diimplementasikan di masa depan.
 - 2) Diaplikasikan menjadi bahan tambahan guna pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran produk.
 - 3) Temuan studi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca.
- b. Manfaat Teoritis
 - 1) Bisa diaplikasikan menjadi panduan studi pemasaran.
 - 2) Menjadi rekomendasi bagi para praktisi manajemen yang sedang menjalankan studinya, terutama yang berketerkaitan dengan penelitian pemasaran.
- c. Bagi Konsumen

Sebelum memutuskan apakah ingin membeli kembali ponsel Oppo, diharapkan itu akan menjadi pertimbangan.

d. Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Ini diharapkan menjadi kumpulan bahan pustaka tambahan yang dapat diaplikasikan oleh mahasiswa yang sedang mempelajari materi yang relevan.

