



## BAB I

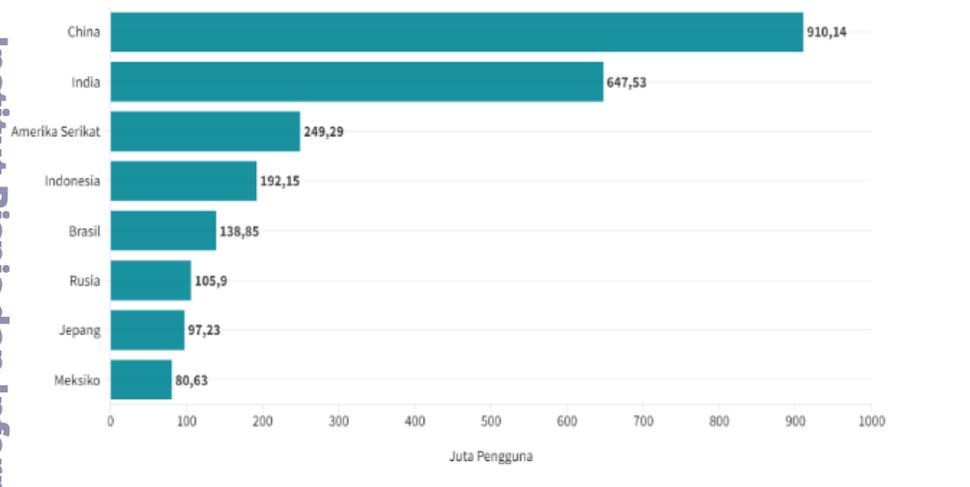
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi seperti sekarang ini, semua orang bergantung pada perangkat elektronik yang praktis dibawa kemana saja. *Smartphone* dibuat dan diciptakan untuk membuat kita semakin produktif dalam beraktivitas dan bekerja, serta memahami dunia yang semakin *modern* dengan berbagai kecanggihan teknologi digitalnya. Dengan majunya teknologi di masa sekarang ini, tentu akan memberikan sejumlah manfaat serta kemudahan bagi penggunanya. Hal ini juga berlaku pada perangkat *smartphone*, dimana pengguna dapat berinteraksi secara *real time* kapan saja, menonton video di berbagai aplikasi, bermain *game* dan mencari berbagai macam informasi melalui internet.

Menurut tekno.kompas.com penggunaan *smartphone* di dunia saat ini sudah lebih dari setengah penduduk bumi. Penggunaan ponsel pintar atau *smartphone* ditaksir mencapai 6,4 miliar pengguna atau 79 persen dari total koneksi secara *global*.

**Gambar 1. 1**  
**8 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia Tahun 2022**



Sumber : Sarnita Sadya, Pengguna Smartphone Indonesia Terbesar Keempat Dunia pada 2022. dataindonesia.id





Berdasarkan gambar 1.1, China menjadi negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak di dunia pada tahun 2022. Ini terlihat dari pengguna *smartphone* di China yang mencapai 910,14 juta orang. India menyusul di urutan kedua dengan jumlah pengguna *smartphone* sebanyak 647,53 juta orang. Selanjutnya diposisi ketiga ada Amerika Serikat dengan 249,29 juta pengguna *smartphone*. Indonesia menempati urutan keempat dalam daftar ini, tercatat ada 192,15 juta pengguna. Sebanyak 138,85 juta pengguna *smartphone* berasal dari Brasil. Kemudian, ada 105,9 juta pengguna *smartphone* berasal dari Rusia. Pengguna *smartphone* di Jepang tercatat ada 97,23 juta orang. Sedangkan, Meksiko berada di urutan ke delapan dengan jumlah 80,63 juta.

Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam website GoodStats.id yang berjudul “Mengulik Perkembangan Penggunaan *Smartphone* di Indonesia” menyatakan bahwa penggunaan ponsel pintar atau *smartphone* mencapai 167 juta orang atau dengan persentase 89 persen dari total penduduk Indonesia. Hal itu didorong dari biaya untuk menggunakan internet yang murah. Sementara, awal tahun 2022 ini berdasarkan laporan dari perusahaan riset Data Reportal mengatakan bahwa jumlah perangkat seluler yang terkoneksi di Indonesia mencapai 370,1 juta. Jumlah tersebut meningkat 13 juta atau 3,6 persen dari periode yang sama di tahun sebelumnya. Berikut ini adalah penyebaran penggunaan *smartphone* terbanyak di Indonesia.

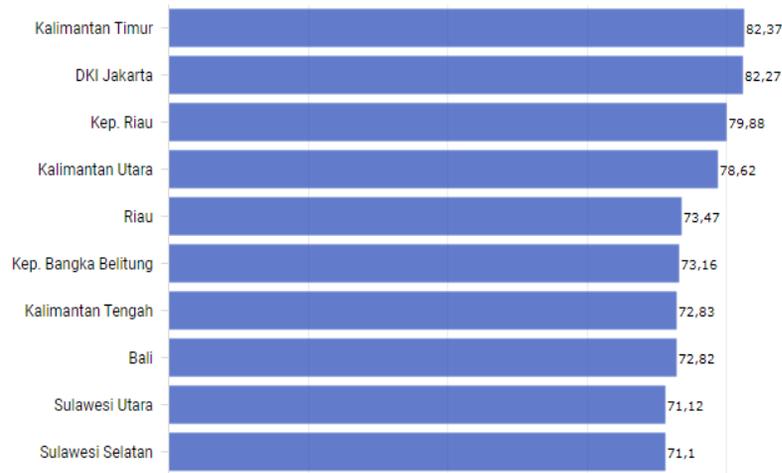
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1. 2**  
**10 Kota Pengguna Smartphone Terbanyak di Indonesia Tahun 2022**



Sumber : Adi Ahdiat, 67% Penduduk Indonesia Punya Handphone pada 2022, Ini Sebarannya. [katadata.co.id](http://katadata.co.id)

Berdasarkan gambar 1.2, terlihat bahwa proporsi kepemilikan *smartphone* tertinggi berada di Provinsi Kalimantan Timur di 82,37 persen sementara di tempat kedua ada DKI Jakarta dengan persentase 82,27 persen. Dengan persentase 79,88 persen Kep. Riau menempati posisi ketiga, sementara Kalimantan Utara dengan 78,62 persen diposisi keempat. Selanjutnya ada Riau dengan persentase 73,47 persen yang menempati tempat kelima.

Pengguna *smartphone* di Indonesia memiliki berbagai pilihan produk dengan beragam merek variasi harga yang beragam pula, antara lain merek Samsung, Apple, Vivo, OPPO, Huawei, Xiaomi, Lenovo, LG dan lain sebagainya. Pada saat ini, OPPO merupakan salah satu produsen ponsel yang cukup populer di Indonesia, hadir pertama kali di Indonesia pada tahun 2013. Sejak saat itu, namanya mulai meningkat seiring dengan meningkatnya pengguna merek OPPO itu sendiri.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

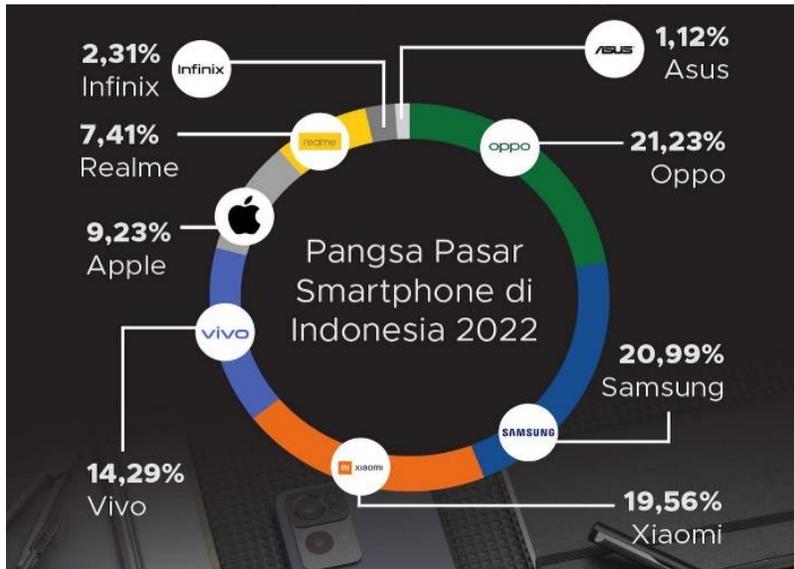


© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Gambar 1.3**  
**Brand Smartphone Yang Paling Banyak dibeli di Indonesia Tahun 2022**



Sumber : Naomi Adisty, Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia.

Gambar 1.3 menjelaskan bahwa OPPO menjadi merek *smartphone* pilihan masyarakat Indonesia dan paling banyak dibeli di tahun 2022, yaitu sebesar 21,23 persen. Sementara itu posisi kedua ditempati oleh Samsung dengan persentase sebesar 20,99 persen, diikuti Xiaomi di posisi ketiga dengan raihan persentase sebesar 19,56 persen. Adapun merek *smartphone* lainnya yang banyak dibeli oleh masyarakat Indonesia yaitu Vivo, Apple, Infinix, dan Asus.

Banyak faktor yang dapat menjadi alasan seseorang dalam memilih *smartphone* idamannya. Kotler dan Armstrong (2018:177) mendefinisikan Keputusan Pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek apa yang ingin dibeli. Pada tahap ini, konsumen biasanya dihadapkan pada beberapa pilihan, dan berdasarkan pilihan tersebut, mereka akan memutuskan untuk membeli produk yang telah mereka pilih. Saat ini jika merujuk kepada gambar 1.3 yang menjelaskan bahwa OPPO merupakan produk yang memiliki tingkat

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



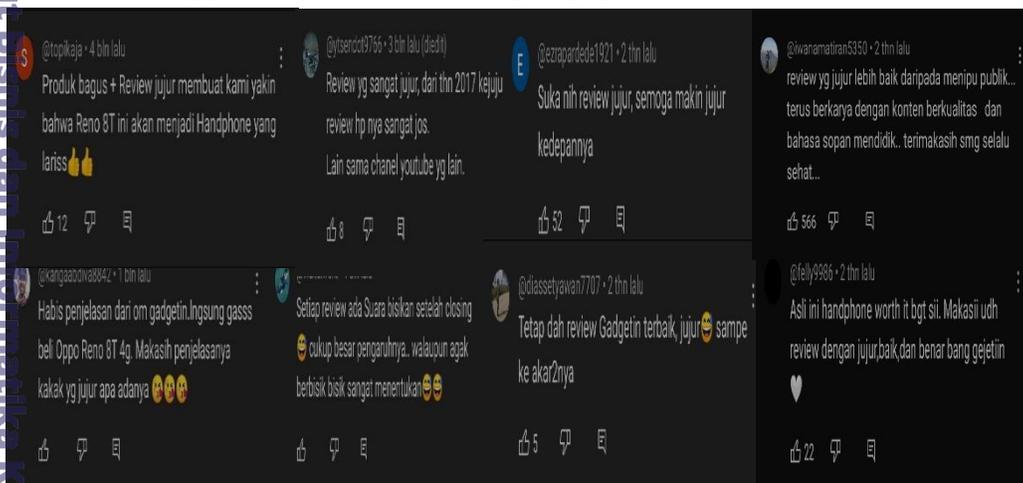


Reno6 5G, OPPO Reno5, dan OPPO A54 (sumber: YouTube). Beberapa video tentang ulasan *smartphone* tersebut sudah ditonton lebih dari 1 juta *views*.

Mengambil keputusan untuk memilih produk yang disukai tidaklah selalu mudah bagi konsumen, terutama ketika begitu banyak pilihan merek dan produk serupa juga tersedia di pasar. Konsumen terkadang membutuhkan opini tambahan mengenai kelebihan atau manfaat produk yang akan dibelinya. Saat ini, banyak sekali *platform* yang menyediakan berbagai informasi yang berisi tentang ulasan dari produk-produk yang tersedia di pasar. Menurut (Gunawan, 2022) *Review* produk merupakan ulasan yang dibuat oleh pelanggan sebelumnya. Ulasan pelanggan dimaksudkan sebagai pendapat seseorang yang telah memakai produk itu. Dari review produk, banyak komentar orang yang telah membeli produk tersebut, baik positif maupun negatif. Hal ini berguna bagi pelanggan yang ingin membeli suatu produk dengan melihat review pembeli sebelumnya.

Sebagai *reviewer smartphone* yang sudah memiliki banyak *subscriber* maka video ulasannya pasti akan ditunggu. David dapat memiliki *subscriber* yang banyak karena video yang dibuat sangat menarik serta *review*-nya dikatakan jujur. David juga menerima banyak komentar positif dari para *subscriber*-nya.

**Gambar 1. 5**  
**Komentar Pengguna YouTube Tentang Kejujuran Review David**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instansi Disinis dan Timor Timor Kwik Kian

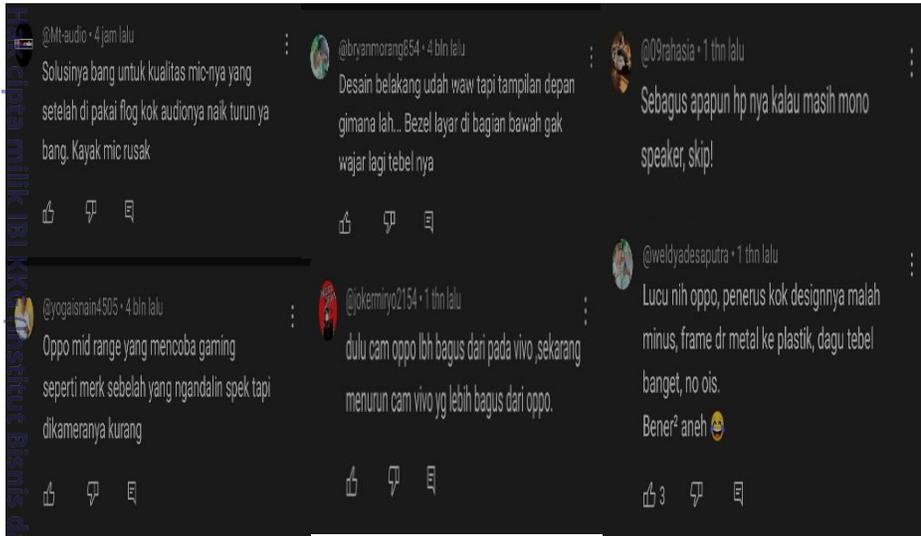
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.





Gambar 1. 6

Komentar Negatif *Subscriber* Tentang Kualitas Produk *Smartphone* OPPO



Sumber : Youtube (diakses 2023)

Gambar 1.6 memberikan beberapa informasi mengenai beberapa kekurangan *smartphone* OPPO, seperti komentar dari @Mt-audio yang menanyakan “Solusinya bang untuk kualitas mic-nya yang setelah di pakai flog kok audionya naik turun ya bang. Kayak mic rusak.”. Selanjutnya dari @bryanmorang854 menyatakan bahwa “Desain belakang udah waw tapi tampilan depan gimana lah... Bezel layar di bagian bawah gak wajar lagi tebalnya”. Dari @yogaisnain4505 memiliki komentar “Oppo mid range yang mencoba gaming seperti merk sebelah yang ngandalin spek tapi dikameranya kurang”. Terlihat dari beberapa komentar, masih ada beberapa orang yang masih kurang puas dengan beberapa kualitas produk *smartphone* OPPO seperti mic yang audionya naik turun dan bezel layar yang terlalu tebal.

Era digital telah melahirkan banyak merek seperti OPPO yang kini menduduki peringkat pertama sebagai merek yang paling banyak dibeli di Indonesia. Banyak faktor yang dapat membantu pelanggan membuat keputusan pembelian, seperti review produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



David sudah berkali-kali *review* smartphone OPPO, banyak *subscriber* yang bilang *review-nya* sangat jujur. Agar OPPO menguasai pasar Indonesia, tentunya hal ini tidak lepas dari kualitas produk itu sendiri. Pada Gambar 1.6, beberapa komentar menunjukkan beberapa kekurangan tentang kualitas produk *smartphone* OPPO.

## B. Identifikasi Masalah

1. Apakah David sebagai *reviewer* produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO?

## C. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini menjadi lebih terarah dan memiliki fokus, maka peneliti menetapkan batasan pada penelitian yang penulis lakukan, adapun batasan tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Objek *smartphone* OPPO.
2. Responden dalam penelitian ini adalah sudah pernah membeli dan menggunakan *smartphone* OPPO
  - ✓ Mengikuti David di YouTube
  - ✓ Sudah pernah menonton David saat *me-review* *smartphone* OPPO.
3. Waktu penelitian adalah Mei – Agustus 2023.



#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah, maka masalah yang akan dirumuskan dari penelitian adalah “Apakah David Sebagai *Reviewer* Produk dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO” ?

#### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah agar dapat mengetahui dan mendapat gambaran mengenai:

1. Pengaruh David sebagai *reviewer* produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

#### F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan agar dapat membuat, meningkatkan dan mengevaluasi strategi yang akan meningkatkan keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO.

2. Bagi Akademi

Hasil penelitian yang di dapatkan dapat menjadi bahan masukan atau informasi mengenai pengaruh *reviewer* produk terhadap kualitas produk dan keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

Penelitian ini dapat memiliki manfaat dalam meningkatkan pengetahuan

informasi dan berfungsi sebagai bahan perbandingan hasil bagi penelitian yang memiliki kesamaan variabel.

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

