

BAB I

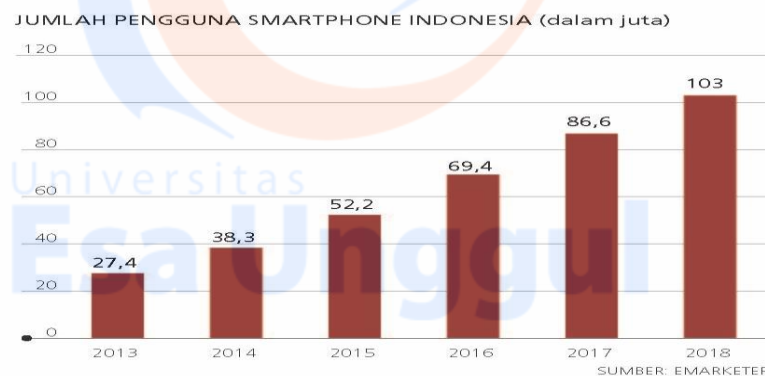
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat cepat dan diiringi dengan banyaknya kebutuhan dari masyarakat tersebut yang membutuhkan teknologi. Perusahaan melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat tentang teknologi saat sekarang ini. Contoh, teknologi yang paling dibutuhkan oleh masyarakat baik dikalangan muda maupun dewasa adalah *smartphone*. *Smartphone* adalah *handphone* pintar yang dapat membantu keperluan masyarakat tidak hanya untuk sekedar berkomunikasi tetapi juga bisa sebagai edukasi bagi masyarakat pada saat ini. Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif dewasa ini membuat pelaku pasar lebih berpacu dan terus bersaing untuk dapat bertahan di dunia bisnisnya karena pelaku bisnis tidak dari dalam negeri saja tapi juga luar negeri, kompetisi ini bisa diibaratkan sebagai “*war of movement*”, yakni dalam segala hal keberhasilan ditentukan pada bagaimana cara perusahaan mengantisipasi pasar dan reaksi. Pemasaran merupakan salah satu faktor kunci suksesnya suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan pada persaingan bisnis di era globalisasi saat ini. Kesuksesan suatu perusahaan dapat dilihat dari peningkatan jumlah produksi hingga proses pemasarannya, dalam hal ini perusahaan haruslah memiliki produk yang baik untuk diproduksi dan dipasarkan. Sehingga konsumen dapat membangun *image* perusahaan. Untuk itu, perusahaan

juga harus memikirkan strategi yang baik dan semaksimal mungkin untuk dapat merebut pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Konsumen merupakan aspek terpenting dalam penyusunan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh suatu perusahaan. Perkembangan zaman, membuat para konsumen lebih selektif dalam memilih barang ataupun jasa yang mereka butuhkan, maka perlu bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku bisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, perlu adanya pemilihan strategi yang terbaik untuk digunakan dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.



Sumber : Emarketer, 2017

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna *Smartphone* Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, menunjukkan perkembangan Indonesia sangat pesat khususnya di bidang teknologi dan menjadi pasar besar dalam pengguna *smartphone*. Lembaga riset digital *Marketing* Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan mencapai lebih dari

100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Namun, dengan munculnya para produsen baru mengakibatkan persaingan yang tinggi sehingga mengharuskan samsung terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk-produk terbaru dan unggulan agar membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli produk samsung.

Berdasarkan gambar *Top Vendor Market Share* memperlihatkan beberapa produk unggulan *smartphone* yang mengalami *fluktuasi* khususnya merek samsung, dapat dilihat dalam gambar berikut:

Tabel 1.1
Market Share Smartphone 2016-2017

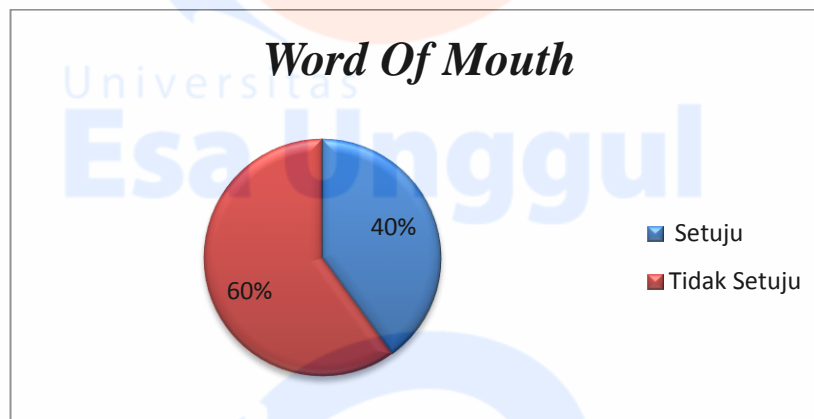
Period	Samsung	Apple	Huawei	Oppo	Vivo	Other
2016Q1	23.8%	15.4%	8.4%	5.9%	4.4%	42.1%
2016Q2	22.7%	11.7%	9.3%	6.6%	4.8%	45.0%
2016Q3	20.9%	12.5%	9.3%	7.1%	5.9%	44.3%
2016Q4	18.0%	18.2%	10.5%	7.3%	5.7%	40.2%
2017Q1	23.3%	14.7%	10.0%	7.5%	5.5%	39.0%

Sumber : IDC, May 2017

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, pada Quartal 1 tahun 2016 samsung tercatat sebagai produk *smartphone* dengan *market share* tertinggi sebesar 23,8% dan pada Quartal 4 tahun 2016 produk Samsung mengalami penurunan sebesar 18,0% dan sempat mengalami kenaikan pada Quartal 1 tahun 2017 sebesar 5,3%. Hal tersebut terjadi karena lebih dari 70 *phablet* Samsung *Galaxy Note 7* mengalami

malfungsi karena terlalu panas. Berdasarkan keterangan yang dikeluarkan oleh Samsung, penyebab ledakan Samsung *Galaxy Note 7* tersebut berasal dari baterai.

Berdasarkan fenomena pengguna samsung yang mengeluhkan produk *smartphone* samsung menunjukkan terdapat 20 responden mengatakan kualitas baterai bermasalah sehingga membuat *smartphone* mati total, 2 responden mengatakan kualitas kamera yang tidak berfungsi, 20 responden mengatakan kualitas layar yang gampang pecah (Sumber: Media Konsumen,2017). Kualitas produk terhadap *smartphone* samsung masih kurang baik, sehingga hal ini akan menyebabkan turunnya keputusan pembelian untuk membeli produk samsung. Apabila kondisi ini dibiarkan berlarut-larut akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena banyaknya para pesaing dengan bermacam-macam merek yang beredar saat ini seperti *oppo*, *vivo*, *huawei* dan masih banyak lagi. Pada akhirnya konsumen akan berpindah atau mencoba produk *smartphone* lain.



Sumber : Data Olahan, 2017

Gambar 1.2
Hasil pra survey *Word Of Mouth Smartphone* Samsung di Wilayah Kalideres, Jakarta Barat

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan pra survey pada tanggal 14 November 2017 kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “apakah anda membeli *smartphone* samsung berdasarkan rekomendasi seseorang?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 12 orang (40%) yang mengatakan setuju, sedangkan 18 orang (60%) mengatakan tidak setuju dengan alasan karena mendapat rekomendasi dari orang lain masih tidak dapat dipercaya karena pemberian informasi kurang *detail* dan meyakinkan dibandingkan jika mencari informasi di internet. Ini menunjukkan masih adanya permasalahan yang terdapat pada *word of mouth*.

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang : “ **Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Pada *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Wilayah Kalideres, Jakarta Barat)**”.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan pada tahun 2016 produk *smartphone* Samsung hampir menguasai *Market Share* dengan nilai 23,8%, kemudian menurun menjadi 18,0%, dan sempat mengalami kenaikan menjadi 23,3% sehingga menyebabkan *fluktuasi* penjualan pada produk *smartphone* Samsung.

2. Berdasarkan keluhan pada testimoni Samsung, Kualitas produk terhadap Samsung masih kurang baik, sehingga hal ini akan menyebabkan turunnya keputusan pembelian untuk membeli produk *smartphone* samsung.
3. Berdasarkan pra survey yang dilakukan pada *word of mouth* menunjukkan sebanyak 12 orang (40%) mengatakan setuju, sedangkan 18 orang (60%) mengatakan tidak setuju, sehingga hal ini akan menyebabkan turunnya keputusan pembelian untuk membeli produk *smartphone* samsung.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari penyimpangan dan agar pembahasan menjadi lebih terarah maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi masalah hanya pada produk *smartphone* Samsung.
2. Peneliti membatasi penelitian pada segala sesuatu yang berhubungan dengan Kualitas Produk (X1), *Word of mouth* (X2) dan Keputusan Pembelian (Z) sebagai variabel *intervening* terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Ketatnya persaingan usaha dalam bidang telekomunikasi yang terus meningkat, sehingga penelitian ini dilakukan menggunakan produk *smartphone* Samsung yang dilakukan hanya di Wilayah Kalideres, Jakarta Barat.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung?
2. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung?
4. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung?
5. Apakah terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung?
7. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung.

4. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung.
5. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
7. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan manfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk produsen *smartphone* Samsung dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada produknya.