

## BAB I

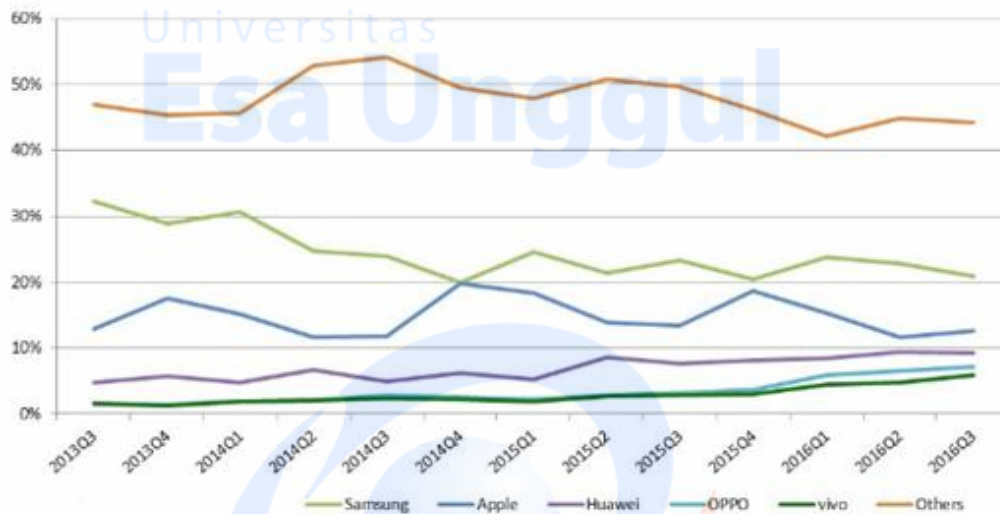
### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian Indonesia saat ini, banyak bermunculan perusahaan baru baik perusahaan barang maupun jasa. Dengan banyaknya perusahaan yang bermunculan menyebabkan persaingan menjadi ketat. Hal ini terjadi di berbagai sektor usaha termasuk sektor elektronik dan teknologi. Perkembangan teknologi sangat berdampak pada kehidupan manusia, salah satu produk yang berkembang di sektor elektronik dan teknologi adalah *smartphone*. Pengguna *smartphone* sekarang sudah mulai merambah ke berbagai kalangan, bukan hanya pada kalangan bisnis saja mulai dari ibu rumah tangga, pelajar, pegawai bahkan masyarakat biasa pun sudah banyak menggunakannya.

Persaingan ketat para produsen barang elektronik pada saat ini terlihat jelas dari banyaknya merek *smartphone* yang bermunculan dan dari cepatnya inovasi produk yang dihasilkan oleh para produsen. Salah satu pelopor perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi yaitu Samsung. Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia yang saat ini beroperasi di 6 bidang bisnis, yaitu telekomunikasi, peralatan rumah tangga digital, media digital, LCD, semi konduktor dan kendaraan bermotor. Dalam bidang telekomunikasi menurut hasil *survey* yang dilakukan oleh *International Data Corporation* sampai saat ini Samsung menjadi salah satu merek terbesar di dunia dengan mengeluarkan *smartphone* yang menjadi

unggulan dalam persaingan bursa pasar gadget. Hal ini dapat dilihat dalam grafik dibawah ini:



Sumber: IDC Nov 2016

**Gambar 1.1**

### *Worldwide Smartphone Vendor Market Share*

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2013 periode Q3 sampai dengan 2016 periode Q3 Samsung berada pada posisi diatas Apple, Huawei, OPPO dan VIVO. Berada di posisi atas bukanlah hal yang mudah. Samsung harus terus berusaha memberikan yang terbaik dalam segala hal kepada konsumen untuk mempertahankan posisinya agar tidak tergeser oleh merek pesaing. Meskipun selalu berada pada posisi diatas merek yang lainnya, bukan berarti Samsung selalu mengalami peningkatan dalam penjualannya. Samsung pernah mengalami penurunan penjualan pada periode tertentu, hal tersebut dapat kita liat pada tabel dibawah ini

**Tabel 1.1 Worldwide Smartphone Vendor Market Share**

Period	Samsung	Apple	Huawei	OPPO	vivo	Others
2015Q4	20.4%	18.7%	8.2%	3.6%	3.0%	46.2%
2016Q1	23.7%	15.4%	8.4%	5.9%	4.4%	42.2%
2016Q2	22.8%	11.7%	9.3%	6.6%	4.8%	44.9%
2016Q3	21%	12.5%	9.3%	7.1%	5.9%	44.2%

Sumber: IDC Nov 2016

Samsung mempertahankan posisi di atas Apple, Huawei OPPO dan Vivo dengan nilai mencapai 21 persen pada kuartal ketiga 2016. Posisi kedua ditempati oleh Apple dengan pangsa pasar 12.5 persen. Setelah Samsung dan Apple, posisi tiga, empat dan lima adalah Huawei (dengan pangsa pasar 9.3 persen), OPPO (7.1 persen), Vivo (5.9 persen). Meskipun berada pada posisi pertama di pangsa pasar, Samsung mengalami penurunan di kuartal ketiga 2016 yang sebelumnya mencapai 22.8 persen di kuartal kedua 2016 turun menjadi 21 persen. Pada kuartal ketiga 2016 penurunan hanya dialami oleh Samsung, sedangkan merek yang lainnya mengalami peningkatan seperti Apple, OPPO dan Vivo kemudian Huawei yang mempertahankan nilainya di 9.3 persen.

Hal tersebut membuktikan bahwa persaingan sangatlah ketat. Penjualan Samsung menurun dapat kita asumsikan bahwa kerugian atau penurunan pendapatan tersebut karena berkurangnya konsumen. Untuk tetap mempertahankan posisi dan meningkatkan nilai di pangsa pasar perusahaan harus menjaga loyalitas pelanggan

karena pelanggan adalah satu-satunya pusat laba sejati bagi perusahaan. Konsumen memiliki tingkat loyalitas yang sangat beragam pada merek, toko, dan perusahaan tertentu. Pelanggan yang setia dan membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing umumnya adalah pelanggan yang sangat puas.

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran. Untuk survey kepuasan pelanggan, penting bahwa perusahaan mengajukan pertanyaan yang tepat. Beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga dan kualitas produk. Melalui harga yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap produknya konsumen dapat menentukan minat beli terhadap produk tersebut.

Variabel lainnya adalah Kualitas produk, kualitas yang dimiliki suatu produk sangat menentukan kesan bagi pelanggan, karena pada dasarnya pelanggan menginginkan produk dengan kualitas terbaik. Bulan Agustus 2016 Samsung mengeluarkan produk terbarunya yaitu Samsung Galaxy Note 7, sayangnya produk tersebut mengalami beberapa kegagalan yang menimbulkan dampak negatif terhadap konsumen. Sebelum ditemukan masalah, Galaxy Note 7 secara umum disambut baik oleh konsumen dan para pengamat. Setelah banyaknya kasus baterai yang meledak atau terbakar di beberapa Negara, Samsung menarik peredaran Galaxy Note 7.

Setelah memutuskan menarik beberapa unit Galaxy Note 7, kini Samsung memutuskan menghentikan produksi perangkat andalannya tersebut. Meskipun telah dilakukan penarikan terhadap seluruh produk tersebut, perusahaan masih menyimpan kekhawatiran atas kegagalan Galaxy Note 7 yang bisa menyebabkan beberapa konsumen berpaling.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik dengan pengambilan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pengguna *Smartphone* Samsung”**.

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dibahas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi oleh Samsung, yaitu:

1. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh IDC (*International Data Corporation*) tahun 2016 pada pada kuartal 2 ke kuartal 3 hanya Samsung yang mengalami penurunan nilai.
2. Ketatnya persaingan antar perusahaan telekomunikasi membuat Samsung harus terus berusaha mempertahankan posisinya.
3. Kekhawatiran Samsung terhadap berpalingnya konsumen akibat kegagalan produk Galaxy Note 7.

### 1.2.2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi penelitian yaitu:

1. Penelitian ini terjadi karena adanya penurunan penjualan yang dialami oleh Samsung pada tahun 2016 pada periode Q2 ke Q3, oleh karena itu penelitian ini dilakukan pada beberapa *smartphone* Samsung yang dirilis pada tahun 2016 yaitu Samsung Galaxy A3, Galaxy J7 dan Galaxy S7.
2. Penelitian ini dilakukan di Universitas Esa Unggul Jakarta Barat dan yang menjadi responden adalah pengguna *smartphone* Samsung keluaran tahun 2016 yang ditemui di Universitas Esa Unggul.
3. Variabel penelitian mencakup Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ), yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) melalui Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

### 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pengguna *smartphone* Samsung”** ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung?

3. Apakah terdapat pengaruh harga secara langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pengguna *smartphone* Samsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung?
6. Apakah terdapat pengaruh harga secara tidak langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung melalui kepuasan pengguna *smartphone* Samsung?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung melalui kepuasan pengguna *smartphone* Samsung?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga secara langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan pengguna *smartphone* Samsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung melalui kepuasan pengguna *smartphone* Samsung.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung melalui kepuasan pengguna *smartphone* Samsung

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya agar perusahaan terus berkembang.
2. Bagi Pembaca  
Menambah wawasan dan pengetahuan serta menambah referensi untuk ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai Loyalitas Pelanggan.



3. Bagi penulis

Penelitian ini menjadi langkah awal penulis dalam menerapkan teori – teori mengenai Harga, Kualitas Produk, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam ilmu Manajemen Pemasaran.