

BAB I

PENDAHULUAN

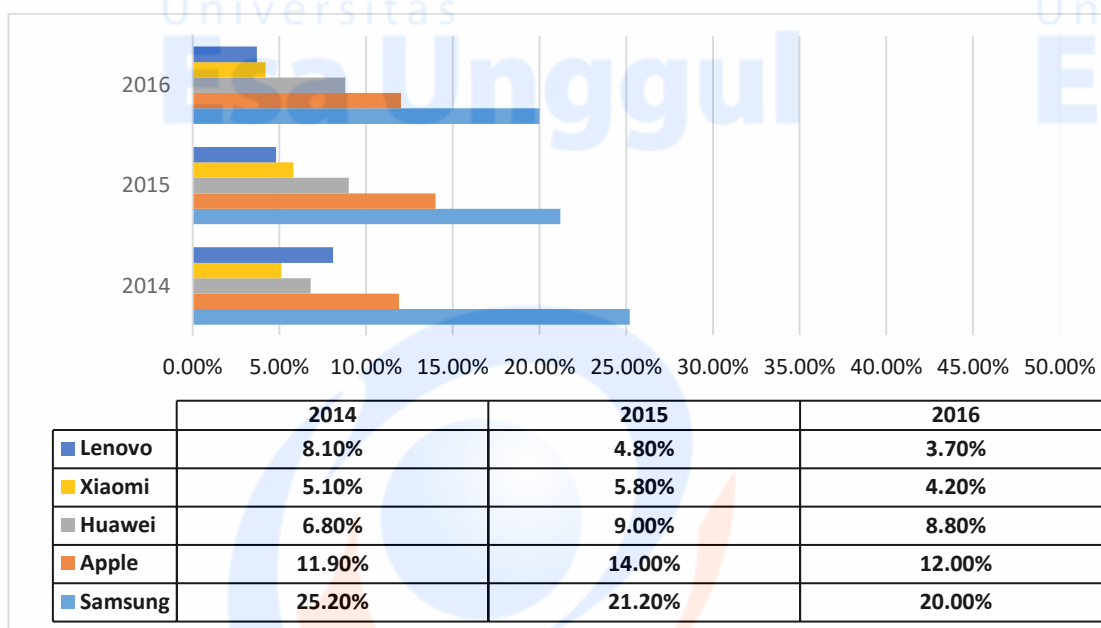
1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi menjadi sebuah kebutuhan masyarakat yang mengakibatkan persaingan antara produsen-produsen seperti perkembangan teknologi *smartphone*, ada beberapa produsen *smartphone* yang telah dikenal dan beredar ditengah kalangan masyarakat antara lain; Samsung, Iphone, Lenovo, Oppo, HTC, Xiaomi, dan masih banyak lagi *smartphone* made in China yang semakin marak beredar.

Lenovo merupakan perusahaan PC yang pertama kali didirikan di Cina pada tahun 1984 silam, sejak perusahaan ini bergabung dengan WTO (*World Trade Organization*) pada tahun 2004 Lenovo mampu memasuki peringkat kedelapan sebagai produsen PC terbesar didunia. Selama empat tahun berturut-turut dari 2004 - 2009 lenovo mampu melakukan penjualan dengan cukup baik setelah berakuisisi dengan IMB. Namun pada tahun 2009 CEO Liu Chuanzi digantikan dengan Yang Yuanqing karena pada masa itu Lenovo kurang berhasil untuk bersaing dengan produk teknologi lainnya. Kemudian Lenovo kembali Berjaya pada tahun 2013 setelah Yang Yuanqing mengubah bentuk dan tampilannya.

Pada tahun 2014 perusahaan Lenovo mengakuisisi Motorola *Mobility* untuk meningkatkan kualitas produk perangkat Mobile mereka, langkah besar ini merupakan strateginya yang cukup banyak menyita perhatian dunia.

Berikut ini adalah tabel penjualan *smartphone* pada 2014, 2015 dan 2016 secara global, menurut lapauran IDC (Lembaga International Data Corporation).



Sumber : Telecom.com/news Market Share Smartphone.

Gambar 1.1

Data Market Share Smartphone Global

Namun setelah menuai penjualan yang tinggi pada tahun 2013 dan 2014 Lenovo mengalami penurunan penjualan dari data market share 2014 sebesar 8.10% hingga 4.80% pada tahun 2015. Lenovo tidak hanya mengalami penurunan penjualan tetapi Lenovo juga kehilangan kedudukan sebagai *top five smartphone vendor*, penurunan penjualan yang cukup besar ini terjadi akibat melemahnya indrasi PC, *smartphone* dan juga server. Pada tahun 2016 Lenovo masih tidak mampu untuk menaikan tingkat penjualan dari melemahnya penjualan tahun sebelumnya dan mempertahankan kedudukannya sebagai *top five smartphone vendor* bahkan Lenovo masi mengalami penurunan penjualan

dari 4.80% pada tahun 2015 menjadi 3.70% ditahun 2016. Salah satu penyebab terbesar turunanya penjualan *smartphone* Lenovo tersebut, diindikasikan oleh besarnya biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mengakuisisi *Motorola Mobility* dan *google* pada tahun 2014 lalu.

Penjualan Lenovo yang mengalami penurunan dibutuhkan strategi untuk meningkatkan kembali kedudukan sebagai *top five smartphone vendor* dan memiliki profit sesuai target perusahaan. Salah satu strateginya adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal terpenting dalam perusahaan salah satunya adalah untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen, dengan adanya perusahaan menciptakan kualitas produk yang memiliki fitur dan spesifikasi sesuai perkembangan teknologi maka perusahaan mampu bersaing dengan produk yang memiliki peminat konsumen tertinggi secara global. Menurut (Kotler & Amstrong, 2012:283) Kualita Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperangkan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudian pengoperasian dan reperasi produk juga atribut produk lainnya.

Selain dengan kualitas produk, harga juga merupakan strategi penjualan terpenting dalam perusahaan yakni untuk memberikan kemampuan daya beli masyarakat sehingga perusahaan mampu meningkatkan penjualan atas produknya. Menurut (Kotler & Amstrong, 2008:344) Harga adalah elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting dalam perusahaan agar terciptanya peningkatan penjualan, kepuasan konsumen juga merupakan suatu hal yang sangat bergantung pada kualitas produk dan harga. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012:76) Kepuasan adalah perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Namun sebelum memberikan kepuasan terhadap konsumen maka perusahaan akan terlebih dahulu menciptakan produk yang berkualitas serta harga yang terjangkau agar konsumen memiliki minat beli terhadap produknya. Menurut (Kotler 2005:204) Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang dilakukan konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian. Dengan adanya tindakan keputusan pembelian maka konsumen dapat memutuskan bahwa produk *Smartphone* Lenovo apakah memiliki kualitas produk dan harga yang terjangkau sehingga konsumen merasa puas atau tidak puas. Tindakan keputusan pembelian konsumen dapat memberikan keuntungan terhadap perusahaan dengan catatan perusahaan memiliki produk yang berkualitas dan dapat menjaga kesesuaian harga atau keterjangkauan harga dari setiap kalangan, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *Smartphone* Lenovo.

Berikut ini adalah hasil data pra survei dari 30 responden dengan variabel Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan konsumen melalui Keputusan pembelian pada *Smartphone* Lenovo di wilayah Kalideres Jakarta Barat.



Sumber: Data diolah peneliti 2017

Gambar 1.2 Pra Survey

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 30 responden menunjukkan bahwa hampir seluruh responden 23 orang (77%) menyatakan tidak minat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap *Smartphone* Lenovo, dan sebanyak 7 orang (23%) menyatakan berminat untuk melakukan keputusan pembelian *Smartphone* Lenovo. 21 orang (70%) mengatakan bahwa *Smartphone* Lenovo memiliki produk yang berkualitas, dan sebanyak 9 orang (30%) mengatakan bahwa *Smartphone* Lenovo tidak memiliki produk yang berkualitas. 19 orang (63%) mengatakan bahwa harga *Smartphone* Lenovo terjangkau, dan sebanyak 11 orang (37%) menyatakan bahwa harga *Smartphone* Lenovo tidak terjangkau.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen *Smartphone* Lenovo di Kalideres Jakarta Barat”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Idintifikasi Masalah

1. Perkembangan teknologi *smartphone* yang sangat cepat sehingga kualitas produk *smartphone* yang terus berkembang maka perusahaan harus memiliki kreatifitas yang tinggi untuk menciptakan produk *smartphone* yang memiliki fitur dan sesifikasi yang baik.
2. *Smartphone* menjadi salah satu kebutuhan terpenting bagi masyarakat dan permintaan masyarakat terhadap *smartphone* menjdi persaingan perusahaan maka perusahaan menciptakan produk *smartphone* dengan harga yang terjangkau dari semua kalangan masyarakat.
3. Menurunnya penjualan *smartphone* Lenovo setiap tahunnya membutuhkan strategi produk yang berkualitas dan harga terjangkau agar *smartphone* Lenovo tetap bertahan dengan persaingan produk-produk lainnya.
4. Kepuasan konsumen menjadi salah satu hal terpenting dalam perusahaan oleh karena itu perusahaan harus memiliki produk yang berkualitas serta harga yang terjangkau agar setiap kalangan masyarakat memiliki niat beli terhadap *smartphone* Lenovo dan memiliki rasa puas terhadap kualitas produknya.

1.2.2 Pembatasan Masalah

1. Fokus penelitian ini adalah apakah kualitas produk (X1) dan Harga (X2) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).
2. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kalideres Jakarta Barat.
3. Yang menjadi responden adalah masyarakat Kalideres Jakarta Barat yang menggunakan *smartphone* Lenovo

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas maka dapat dijadikan dasar untuk menyusun perumusan masalah dari kegiatan penelitian ini. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini dapat ditetapkan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* Lenovo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* Lenovo?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Lenovo?

1.4 Tujuan Peneliti

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* Lenovo.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* Lenovo.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo.
4. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Lenovo.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat atau kegunaan pada banyak pihak yaitu :

1.5.1 Bagi Akademisi

Penelitian ini berguna untuk mengetahui teori baru mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan melalui keputusan pembelian *smartphone* Lenovo di wilayah Kalideres Jakarta Barat, sehingga dapat menambah wawasan baru mengenai variabel-variabel selanjutnya yang akan diteliti.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan dibidang pemasaran khususnya menyangkut kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan melalui keputusan pembelian.

1.5.3 Bagi Peneliti

1. Mendapatkan pengalaman langsung mengenai judul yang diteliti yakni pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan melalui keputusan pembelian *smartphone* Lenovo di wilayah Kalideres Jakarta Barat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama dengan penelitian ini.