

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin meluas dan melebar serta banyaknya kebutuhan masyarakat yang dilakukan dengan menggunakan teknologi. Perusahaan melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini, salah satunya yaitu *smartphone*. Pengguna *smartphone* sekarang ini sudah mulai merambah ke berbagai kalangan, tidak hanya untuk kalangan bisnis saja tetapi masyarakat biasapun sudah banyak menggunakannya. *Smartphone* adalah *handphone* pintar yang dapat membantu keperluan masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain, selain itu *smartphone* juga bisa menjadi alat edukasi untuk masyarakat saat ini karena *smartphone* diklasifikasikan sebagai *high end mobile phone* yang dilengkapi dengan kemampuan *mobile computing*. *Smartphone* saat ini dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur lainnya yang canggih seperti kamera digital, layanan internet, menerima email dan media sosial, game, radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio (MP3) dan video dan sebagainya.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti *smartphone* selalu mengalami peningkatan disetiap tahunnya dikarenakan pola dari konsumen yang selalu menginginkan kemudahan dalam berkomunikasi yang dapat mendukung kegiatan sehari-hari baik dalam hal pekerjaan ataupun hal yang lainnya, oleh karena itu permintaan akan kebutuhan konsumen untuk menggunakan *smartphone* saat ini semakin tinggi. Kebutuhan tersebut berdampak pada peningkatan permintaan mengenai *smartphone* yang dapat mengakibatkan semakin bertambahnya persaingan yang ketat dalam dunia bisnis diantara para kompetitor di bidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen *smartphone* yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan berbagai variasi dan inovasi baru yang berbeda dari produk-produk sebelumnya, dimana produk yang dihasilkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan komunikasi. Para pelaku bisnis produk komunikasi berlomba-lomba untuk dapat menarik perhatian konsumen agar menggunakan dan berminat untuk membeli produknya.

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat pelaku pasar lebih berpacu dan bersaing untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis karena para pelaku pasar atau pesaing bukan hanya ada di dalam negeri saja tetapi ada juga di luar negeri. Pemasar merupakan salah satu kunci suksesnya perusahaan dalam mempertahankan perusahaannya pada persaingan di dunia bisnis saat ini. Kesuksesan perusahaan dapat dilihat dari peningkatan jumlah produksi hingga proses pemasarannya, maka dari itu perusahaan haruslah memiliki produk yang baik untuk diproduksi dan dipasarkan. 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.

Minat beli ulang adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (Kotler, 2007). Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk.

Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler, 2015). Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk, informasi dari orang lain, dan informasi dari iklan atau promosi.

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar (Indriyo Gitosudarmo, 1994). Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Apabila harga suatu produk atau jasa relatif murah, maka konsumen pun akan tertarik untuk membelinya.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong dalam (Irawan & Japariato, 2013) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Kualitas produk ini memiliki peranan paling penting dalam kegiatan pemasaran karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Keputusan pembelian dan kepuasan juga tergantung pada harga dan kualitas produk.

Word of mouth marketing adalah usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk atau merek kepada konsumen lain (Kotler dan Keller, 2009). *Word of mouth*

merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan konsumen untuk menyampaikan dan menginformasikan kepada konsumen lain tentang pengalaman mereka setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Proses *word of mouth* ini sering terjadi karena setiap harinya orang-orang saling berbicara, dimana saling bertukar pikiran, saling tukar pendapat, saling berkomentar, saling tukar informasi dan proses komunikasi lainnya.

Salah satu smartphone yang terkemuka di dunia khususnya Indonesia adalah Samsung. Ketika diluncurkan pertama kali pada tanggal 29 Juni tahun 2009 di Korea Selatan dengan nama Samsung I7500 Galaxy, sekaligus mendukung sistem operasi Android 1.5 Cupcake. Fenomena Samsung juga terjadi di Indonesia, dimana para peminat Samsung semakin kuat dengan semakin meluasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan perkembangan dan perangkat yang berteknologi.

Dengan semakin tinggi persaingan dalam bidang teknologi khususnya smartphone maka mengharuskan Samsung terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk-produk terbaru dan unggulan agar membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli produk Samsung. Berdasarkan gambar *Unit Market Share* memperlihatkan beberapa produk unggulan smartphone yang mengalami fluktuasi khususnya merek Samsung, dapat dilihat dalam gambar berikut ini.

Indonesia Top 5 Smartphone Companies, 2019Q2 Unit Market Share

Company	2018Q4	2019Q1	2019Q2
Samsung	27.0%	31.8%	26.9%
OPPO	19.7%	23.2%	21.5%
vivo	11.8%	14.9%	17.0%
Xiaomi	20.7%	10.8%	16.8%
realme	1.6%	1.4%	6.1%
Others	19.2%	17.8%	11.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

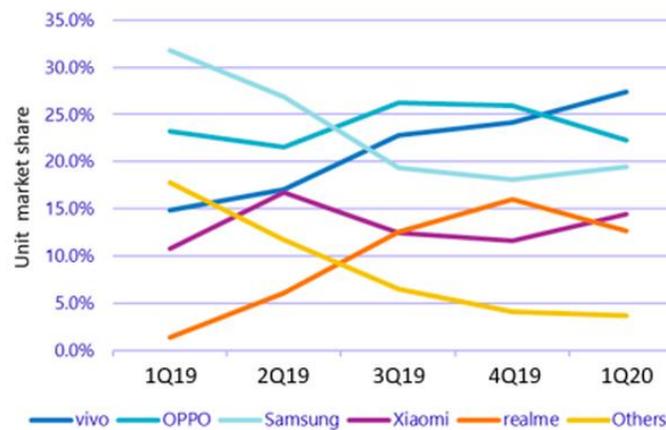
Gambar 1.1 Unit Market Share 2019Q2



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.2 Unit Market Share 2019Q3

Indonesia Top 5 Smartphone Companies, 1Q20 Unit Market Shares



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.3 Unit Market Share 2020Q1

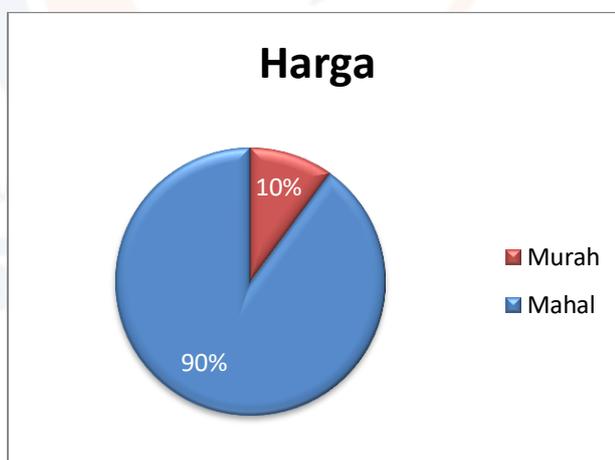
Berdasarkan pada Gambar 1.1, 1.2 dan 1.3 di atas menyatakan bahwa pada Q4 2018 Samsung tercatat sebagai produk smartphone dengan market share paling tinggi sebesar 27,0%. Pada Q1 2019 Samsung mengalami peningkatan sebesar 31,8%. Namun pada Q2 2019 Samsung mengalami penurunan sebesar 26,9%. Kemudian pada Q3 2019 Samsung mengalami penurunan lagi sebesar 19,4%. Pada Q4 2019 Samsung kembali mengalami penurunan sebesar 18%. Kemudian pada Q1 2020 Samsung mengalami peningkatan sebesar 20,0%.

Tabel 1.1 Persaingan Harga Smartphone Samsung Dengan Smartphone Pesaing Sejenis

SAMSUNG	OPPO	VIVO	XIAOMI	REALME
Samsung Galaxy A50s Rp 4.399.000	OPPO A9 2020 Rp 3.699.000	Vivo S1 Rp 3.000.000	Xiaomi Mi 6X Rp 1.742.500	Realme 2 Rp 1.999.000
Samsung Galaxy A70 Rp 5.499.000	OPPO F7 Rp 3.899.000	Vivo Z1 Pro Rp 3.499.000	Xiaomi Mi Max 3 Rp 1.999.000	Realme 3 Rp 2.099.000
Samsung Galaxy A8+ Rp 6.850.000	OPPO F11 Pro Rp 3.999.000	Vivo S1 Pro Rp 3.699.000	Xiaomi Mi 8 Rp 2.250.000	Realme 2 Pro Rp 2.799.000
Samsung Galaxy A8 Star Rp 7.999.000	OPPO F9 Rp 4.999.000	Vivo V17 Pro Rp 4.500.000	Xiaomi Mi 8 SE Rp 3.165.000	Realme X Rp 3.499.000

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Dalam penelitian ini dilakukan pra survey pada tanggal 26 desember 2019 kepada 20 responden yang menggunakan smartphone Samsung untuk mengetahui penilaian terhadap smartphone Samsung. Hasil dari pra survey bisa dilihat sebagai berikut:

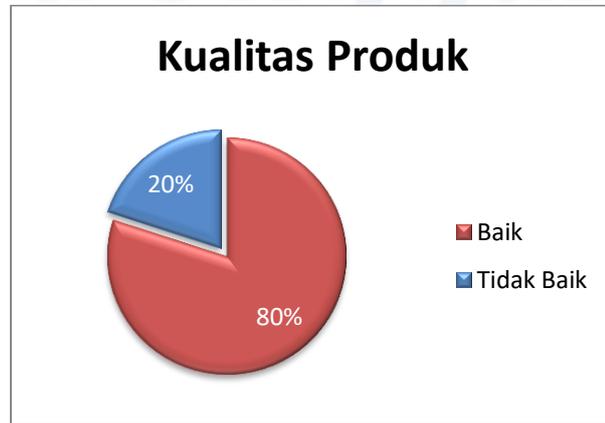


Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Harga Smartphone Samsung Galaxy A Series di Wilayah Citra Raya Tangerang

Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan "Apakah harga smartphone Samsung lebih murah dari smartphone lain?". Dapat dilihat bahwa sebanyak 90% responden menyatakan tidak, artinya harga smartphone Samsung dianggap mahal dari smartphone lain. Sedangkan

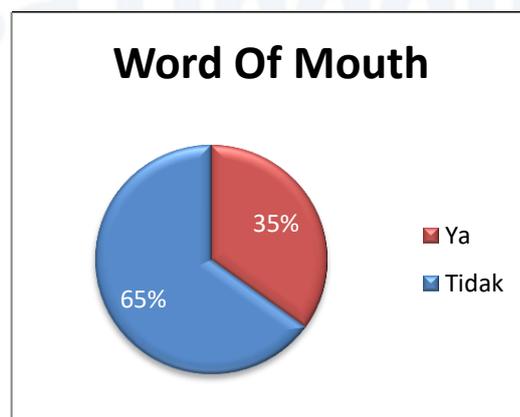
10% responden menyatakan ya, bahwa harga smartphone Samsung lebih murah dari smartphone lain. Maka dari itu banyak konsumen beranggapan bahwa harga yang ditawarkan smartphone Samsung terbilang mahal dibandingkan smartphone sejenis lainnya.



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Kualitas Produk Smartphone Samsung Galaxy A Series di Wilayah Citra Raya Tangerang

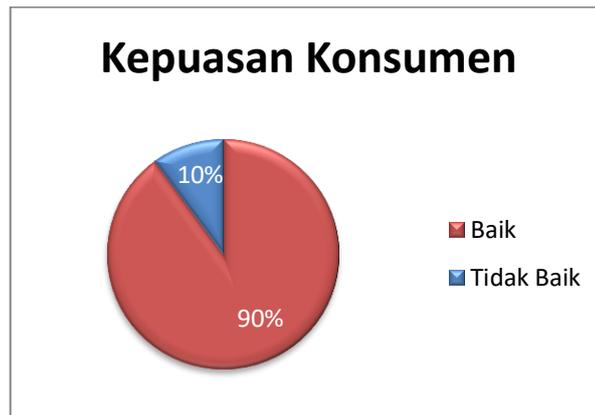
Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah kualitas yang ditawarkan smartphone Samsung sudah sesuai keinginan anda?”. Sebanyak 80% responden menyatakan ya, artinya kualitas produk smartphone Samsung sudah baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan 20% responden lainnya mengatakan tidak, artinya masih ada konsumen mengeluhkan bahwa kualitas produk smartphone Samsung masih bermasalah seperti baterai sering panas.



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.6 Hasil Pra Survey *Word Of Mouth* Smartphone Samsung Galaxy A Series di Wilayah Citra Raya Tangerang

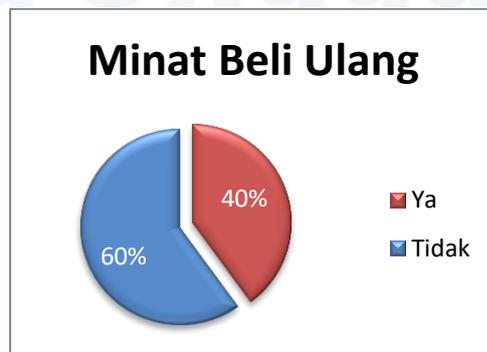
Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah anda membeli ulang smartphone Samsung berdasarkan rekomendasi seseorang?”. Sebanyak 65% responden menyatakan tidak tentang *word of mouth* pada smartphone Samsung, dimana konsumen masih tidak percaya apabila mendapat informasi mengenai suatu produk yang direkomendasikan oleh orang lain, karena informasi itu masih kurang detail dan menyakinkan dibandingkan mencari informasi di internet.



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.7 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung Galaxy A Series di Wilayah Citra Raya Tangerang

Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah anda merasa puas setelah membeli dan menggunakan smartphone Samsung?”. Dapat dilihat bahwa sebanyak 90% responden menyatakan ya, artinya konsumen sudah merasa puas setelah menggunakan smartphone Samsung tersebut.



Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Gambar 1.8 Hasil Pra Survey Minat Beli Ulang Smartphone Samsung Galaxy A Series di Wilayah Citra Raya Tangerang

Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah anda tertarik melakukan pembelian ulang pada smartphone Samsung?”. Sebanyak 40% responden menyatakan tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada smartphone Samsung. Sedangkan sisanya sebanyak 60% menyatakan tidak tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A Series Di Wilayah Citra Raya Tangerang**”.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sebanyak 90% responden menyatakan harga smartphone Samsung Galaxy A Series mahal dari smartphone sejenis lainnya. Sehingga menyebabkan turunnya minat beli ulang konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series serta turunnya tingkat penjualan pada smartphone Samsung.
2. Kualitas produk smartphone Samsung Galaxy A Series sudah cukup baik, tetapi masih ada keluhan konsumen sebanyak 20% menyatakan kualitas produknya masih kurang baik seperti baterai hp yang sering panas. Sehingga konsumen merasa tidak nyaman dan kurang puas menggunakan smartphone Samsung Galaxy A Series.
3. Sebanyak 65% responden membeli ulang smartphone Samsung Galaxy A Series bukan berdasarkan rekomendasi seseorang (*word of mouth*), karena ketidakpercayaan informasi dari orang lain yang kurang detail. Sehingga konsumen merasa ragu-ragu untuk membeli ulang produk tersebut.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas agar penelitian lebih fokus dan terarah dari pembahasan yang tertera, dalam skripsi ini peneliti membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti hanya membatasi penelitian pada konsumen yang telah membeli dan menggunakan smartphone Samsung Galaxy Series A di wilayah Citra Raya, Tangerang.
2. Fokus pada variabel-variabel utama dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), *Word Of Mouth* (X_3), Kepuasan Konsumen (Z), dan Minat Beli Ulang (Y).

1.3 Perumusan Masalah

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

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
6. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
8. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
9. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?
10. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
6. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada smartphone Samsung Galaxy A Series.

8. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
9. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.
10. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada smartphone Samsung Galaxy A Series.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan penambah pengetahuan tentang pemasaran yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, *word of mouth*, kepuasan konsumen dan minat beli ulang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan kepada konsumen untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada suatu produk.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A Series Di Wilayah Citra Raya Tangerang”**.