

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi dan modernisasi setiap perusahaan harus siap untuk berada dalam persaingan yang ketat. Terlepas dari ukuran keuntungan dan kekuatan pasar setiap perusahaan akan memasuki era persaingan baru. Pendorong perubahan seperti teknologi, ekonomi dan kondisi pasar secara meningkat telah mendefinisikan ulang hampir setiap sektor industri dan cara melakukan bisnis. Kemajuan teknologi informasi telah mentransformasi pasar dengan memberikan alternatif aturan yang luas bagi para pemain disuatu industri untuk bersaing lebih strategis dan kuat. Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak kepada semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era milenium harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku.

Perubahan kondisi ekonomi dan sosial yang dinamis telah merubah perilaku dan sikap konsumen. Dengan susunan pilihan produk yang beragam dan variasi harga yang ada dipasar memberikan konsumen kesempatan untuk mencoba berbagai produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Perubahan inilah yang mengarahkan produsen untuk mencari dan kemudian terus mengembangkan produk yang sudah mereka rintis, agar tidak kehilangan konsumen yang sudah menggunakan produk mereka.

Hal ini pastinya memberikan pengaruh yang besar juga terhadap produk telepon seluler atau handphone. Dunia teknologi informasi memang selalu menarik untuk diamati, terutama yang berkaitan dengan telekomunikasi. Hal ini ditandai dengan perkembangan internet, kemudian disusul dengan teknologi telepon seluler yang begitu cepat dan canggih sehingga setiap orang tertarik untuk memiliki. Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah semakin banyak pengguna smartphone android. Android merupakan sebuah sistem operasi yang berbasis linux dan dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti smartphone serta tablet. Smartphone android adalah salah satu terobosan yang ada, yang banyak diminati oleh konsumen.

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat. Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian Yoestini dan Rahma, (2007). Hal tersebut berlaku

pula dalam dunia bisnis smartphone. Penggunaan smartphone kini semakin berkembang di dunia. Vendor-vendor ponsel baru pun semakin banyak bermunculan di tengah-tengah masyarakat dunia yang semakin dipengaruhi oleh kebutuhan yang serba instan, mobilitas tinggi, dan gaya hidup yang modern. Smartphone yang praktis karena bisa dibawa ke mana pun dan di mana pun, dan dapat digunakan untuk kegiatan lainnya seperti pengiriman pesan dalam bentuk pesan singkat maupun pesan multimedia membuat para penggunanya semakin dimudahkan dalam bidang komunikasi.

Perkembangan pemakaian ponsel tersebut ternyata juga dipengaruhi oleh adanya peningkatan dalam penggunaan internet yang dilakukan oleh tingkatan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Apalagi sejak berkembangnya situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter yang semakin meningkatkan frekuensi masyarakat untuk selalu online tidak hanya di depan layar komputer, namun juga di depan layar ponsel mereka masing-masing. Apalagi ditambah dengan kemunculan vendor baru seperti Apple yang menciptakan Iphone yang menawarkan teknologi baru dalam bidang komunikasi ponsel. Hal itu pula yang membuat para vendor ponsel global seperti Samsung, Apple, xiaomi, huawei, LG, Motorola, Oppo, Asus, dan Advan semakin saling berkompetisi untuk menciptakan ponsel yang multifungsi agar dapat bersaing dengan vendor ponsel lainnya.

Pada saat ini banyak berbagai macam produk smartphone android yang salah satunya adalah produk merek Samsung. Smartphone android tidak pernah lepas dari nama besar samsung. Perusahaan asal Korea Selatan tersebut memang menjadi salah satu produsen papan atas dunia yang menjadikan android sebagai operasi sistem andalan untuk memikat setiap konsumennya di dunia. Banyak produk Samsung yang sukses dipasaran, baik segmen menengah kebawah atau menengah keatas. Dengan harga diatas 5 (lima) juta rupiah tetap diburu oleh pecinta android di seluruh dunia. Samsung masih menjadi yang nomer satu dalam hal penjualan smartphone android, kualitas dan kuantitas yang selalu terjaga membuat setiap konsumen Samsung, lebih mempercayai produk mereka dibandingkan produk papan atas lainnya. (*sumber: <http://droidchanel.com/harga-hp-Samsung>*).

Menurut data IDC tersebut, pada kuartal terakhir 2018, pabrikan smartphone hanya melepas total 375.4 juta unit. Angka itu turun sebesar 4.9% dibanding periode kuartal terakhir pada 2017. Yang juga patut dicermati, ini sudah kelima kalinya berturut-turut mengalami penurunan. Penurunan penjualan itu, menurut analisa data yang dilakukan IDC, penurunan tahun ini merupakan angka terburuk, di mana secara total, penjualan smartphone global mengalami penurunan 4.1%, dari total penjualan sebanyak 1.4 miliar unit sepanjang 2018 lalu. Diperkirakan, penurunan akan terus terjadi pada awal 2019

ini, menimbang kondisi pasar yang makin ketat. Di tengah pasar yang melesu itu, Huawei justru memperlihatkan keperkasaan. Vendor raksasa asal Cina ini mencatat pertumbuhan 43.9% pada kuartal-4 2018 lalu. Mereka berhasil mengapalkan 60.5 juta unit smartphone sementara periode yang sama tahun 2017 hanya 42.1 juta unit. Performa bagus juga diperlihatkan Oppo dan Xiaomi, keduanya vendor asal Cina juga. Oppo mencatat kenaikan 6.8%, dan menguasai pangsa pasar sebesar 7.8%. Sementara Xiaomi, meski kecil, tetap mencatat pertumbuhan 1.4%, dan menguasai pangsa pasar sebesar 7.6%. Yang menderita adalah Samsung. Vendor Korea Selatan ini mengalami penurunan penjualan sebanyak 5.5%. Meski masih berada di posisi puncak, pangsa pasar Samsung tergerus menjadi 18.7%. Periode sama di 2017, Samsung berhasil memasarkan 74.5 juta unit, sementara di tahun 2018 (Q4), turun menjadi 70.4 juta unit.

Gambar 1.1
Pangsa Ponsel Pasar Dunia

Top 5 Smartphone Companies, Worldwide Shipments, Market Share, and Year-Over-Year Growth, Calendar Year 2018 (shipments in millions of units)					
Company	2018 Shipment Volumes	2018 Market Share	2017 Shipment Volumes	2017 Market Share	Year-Over-Year Change
1. Samsung	292.3	20.8%	317.7	21.70%	-8.0%
2. Apple	208.8	14.9%	215.8	14.70%	-3.2%
3. Huawei	206	14.7%	154.2	10.50%	33.6%
4. Xiaomi	122.6	8.7%	92.7	6.30%	32.2%
5. OPPO	113.1	8.1%	111.7	7.60%	1.3%
Others	462	32.9%	573.4	39.10%	-19.4%
Total	1,404.9	100.0%	1,465.5	100.0%	-4.1%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, January 30, 2019

Bahkan pada kuartal pertama 2019 ini, Smartphone Samsung masih memimpin dengan pangsa pasar terbesar yakni 23,1 % dari pasar smartphone global, (sumber : <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/02/09180027/5-besar-penguasa-pasar-smartphone-dunia-di-kuartal-pertama-2019>). Di Indonesia juga Smartphone Samsung masih memimpin pangsa pasar terbesar.

Beberapa faktor penyebab menurunnya penjualan Smartphone Samsung yaitu: (1) berdasarkan Firma analis CanalyS dan Ben Stanton (2018) juga melaporkan kondisi industri smartphone yang mengkhawatirkan. Dan mencatat penurunan pasar smartphone dari tahun ke tahun. “Orang-orang bertahan dengan smartphone lama mereka karena inovasi produk yang lambat”. Tantangan bagi

vendor smartphone diprediksi bakal berlanjut hingga tahun ini. Untuk menggenjot penjualan, perusahaan smartphone harus muncul dengan produk yang menarik dari segi inovasi, desain, dan harga (sumber: tekno.kompas.com 2018 industri smartphone). (2) Vendor dari Xiaomi dan Apple yang menggerogoti market share Samsung secara pelan-pelan (Sumber : winpoin.com/penjualan smartphone), dan (3) Menurut analisis dari Daiwa Capital Markets (2019) penjualan flagship terbaru Samsung tersebut membuat pendapatan perusahaan melemah.

Berdasarkan uraian di atas, meskipun Smartphone Samsung selalu memimpin *market smartphone* Samsung Mobile tidak boleh lengah dalam mempertahankan kualitas produknya agar tidak tergeser oleh kompetitor sejenis. Hal utama yang perlu diperhatikan adalah dengan terus melakukan perbaikan pada kualitas produknya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan bisa mendapat penilaian yang baik di mata pelanggan/konsumen. Sekarang ini pelanggan merupakan salah satu orientasi dari perusahaan dalam memenangi persaingan di pasar. Pentingnya mendapat penilaian baik suatu produk dari pelanggannya menandakan adanya kepuasan pelanggan. Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka mengeluarkan produk, mempertahankan produknya, menarik konsumen, dan menanggapi pesaing (Tjiptono, 2005:30). Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah menarik pelanggan dan dapat mempertahankan pelanggan tersebut.

Menurut Alfred (2013:179) Sekarang ini banyak perusahaan atau organisasi yang telah mengakui pentingnya berorientasi pada pelanggan dalam semua kegiatan pemasaran. Menurut Kotler (1997) dalam Alfred (2013:179) Pelanggan dianggap penting karena mereka menentukan kelangsungan hidup sebuah organisasi. Untuk tetap mempertahankan konsumen yang sudah ada Samsung terus berusaha untuk memberikan kualitas produk yang terbaik. Kualitas produk dengan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Oleh karena itu baik buruknya kualitas suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti yang dikatakan Ganiyu (2017); Srivastava (2015) dan Jahansahi, Gashti, Mirdamadi, Nawaser dan Khaksar (2011), bahwa kepuasan pelanggan sangat berperan penting untuk menumbuhkan sikap loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada kesejahteraan perusahaan.

Demi menciptakan kualitas produk yang baik, perusahaan perlu meningkatkan mutu yang dapat memenuhi harapan konsumen. Suatu produk semakin dekat dengan harapan konsumen, dapat dikatakan produk tersebut semakin berkualitas. Oleh karena itu perusahaan perlu mengatur strategi, memperhatikan kebutuhan dan harapan konsumennya untuk menciptakan suatu produk berkualitas. Perusahaan perlu memperhatikan dari segi fisik seperti desain produk yang dibuat semenarik mungkin tetapi tetap dapat menjalankan fungsinya dengan efektif dan efisien. Kemudian, kualitas material perlu diperhatikan untuk menjaga daya tahan produk. Selain itu, penambahan manfaat lain perlu dilakukan untuk menambah fungsi dasar produk dan nilai jual terhadap produk.

Produk yang diciptakan hendaklah memberikan keamanan, kenyamanan saat digunakan. Produk juga harus memiliki keindahan warna, kemulusan, kerapihan kemasan dan kesesuaian dalam menjalankan fungsinya. Hal ini dapat membuat pelanggan merasa senang sehingga dapat menimbulkan kepuasan. Terpenuhinya harapan pelanggan menciptakan suatu pengalaman baik terhadap pemakaian sebuah produk yang digunakan. Pelanggan tidak akan ragu untuk membeli kembali produk dengan merek yang sama, ini menandakan sebagai bentuk sikap loyalitas dari pelanggannya. Selain itu keuntungan yang diperoleh lainnya, perusahaan dapat menarik konsumen baru dimana membantu meningkatkan pendapatan dari perusahaan. Kondisi ini diharapkan dapat terjadi, adanya kepuasan dan perasaan senang yang dirasakan pelanggan memungkinkannya untuk merekomendasikan produk atau layanan yang digunakan kepada orang lain, Saravanakumar (2014). Secara tidak langsung hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu dari bentuk loyalitas pelanggan.

Produk yang memberikan hasil memuaskan dan sesuai dengan harapan konsumennya dapat menimbulkan manfaat psikologis dan fungsional Xu, Blankton, dan Prybutok (2017). Terlebih lagi jika produk tersebut tidak mudah rusak dan dapat dipakai dalam jangka waktu lama, maka harga yang tercantum pada produk tidak dirasa membawa dampak kerugian besar.

Jika kualitas produk diberikan tidak sesuai dengan manfaat yang akan diterima konsumen, dapat berdampak pada kerugian dan ketidakpuasan konsumen. Konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk Smartphone Samsung dan pelanggan tidak akan bersikap loyal hingga beralih ke pesaing lain. Dari uraian latar belakang diatas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasarkan sudut uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengajukan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Smartphone Samsung di DKI Jakarta)**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, ditemukan beberapa identifikasi masalah seperti:

1. Banyaknya produsen Smartphone yang ada mengakibatkan tingginya persaingan untuk memperebutkan pelanggan pada segmen yang sama;
2. Tingginya persaingan menuntut perusahaan untuk menyediakan produk yang berkualitas baik untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Menurunnya penjualan produk Smartphone Samsung karena pelanggan bertahan pada produk lama karena inovasi produk yang lambat.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan penelitian diatas dapat dirumuskan:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Smartphone Samsung;
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Smartphone Samsung;
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Smartphone Samsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Smartphone Samsung;
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap loyalitas pelanggan Smartphone Samsung;
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Smartphone Samsung.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis

1. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh peneliti dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan. Penambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.

2. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
3. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang industri minuman ringan yang telah dijumpakan oleh teori dan konsep sebelumnya.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk manajemen pemasaran melalui pendekatan yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang menyangkut pengaruh kualitas produk dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

1. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas selain kualitas produk dan kepuasan.
2. sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat saat perkuliahan dengan realitas yang ada.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

1. Jika suatu saat penulis menjadi manajer perusahaan maka akan menjadi lebih tahu mengenai strategi penjualan, bagaimana cara mengatasi penjualan jika mengalami penurunan.
2. cara mempertahankan dan meningkatkan penjualan perusahaan yang berkaitan dengan kualitas produk, dan kepuasan terhadap loyalitas.
3. Peneliti memperoleh pengalaman praktis tentang penelitian, ditambah pengembangan wawasan kemampuan akademik dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi Produsen Smartphone Samsung dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

1. Hasil ini dapat dijadikan sebagai referensi serta bahan masukan atau tambahan pengetahuan yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.
2. Dengan penelitian ini diharapkan dapat membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas produk, dan kepuasan terhadap loyalitas