**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

 Saat ini pengguna *smartphone* di Indonesia terus meningkat. Sebuah lembaga riset menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat kelima daftar pengguna *smartphone* terbesar di dunia. Data tersebut dilansir oleh Horace H. Dediu melalui blognya, asymco.com. Pada laman detik.com tertulis jika populasi Android telah mencapai lebih dari 1 miliar, sedangkan Ios mencapai 700 juta.

Temuan *Locket* senada dengan hasil studi serupa yang dilaporkan oleh *ABC News* pada akhir Mei 2013. Laporan dipengaruhi salah satunya oleh lingkungan. Untuk menghindari perubahan perilaku kearah yang buruk, seseorang harus dapat memosisikan diri dalam suatu lingkungan di era yang kini teknologinya serba canggih.

 Pada kenyataannya, penggunaan *smartphone* memang sangat meme-ngaruhi perilaku komunikasi individu. Kini *smartphone* sudah menjadi media komunikasi pokok. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan kenyataan di lapangan. Semua orang pasti tidak bisa lepas dari *gadget*, baik dalam berkomunikasi ataupun sekedar mengunggah di media sosial. Hal tersebut memperlihatkan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* berpengaruh terhadap perubahan perilaku individu. Oleh karena itu, hal ini perlu diuji menggunakan beberapa teori di antaranya teori komunikasi yang berkaitan dengan proses komunikasi beberapa individu, teori *new media* yang terkait dengan media yang digunakan oleh individu dalam berkomunikasi yang fokus pada frekuensi, durasi, dan isi. Selain itu, digunakan pula teori psikologi individu dalam berkomunikasi menggunakan media, dan teori ketergantungan sikap individu setelah menggunakan media tersebut dalam berkomunikasi.

Menurut GFC (2014) Indonesia memimpin sebagai negara dengan pertumbuhan penjualan *Smartphone* paling tinggi hingga 70%, disusul Vietnam 56%, dan Thailand 44%. Tak kalah pentingnya adalah catatan bahwa Indonesia menjadi satu-satunya pasar di wilayah Asia Tenggara di mana merk lokal mampu bersaing secara ketat dengan merk asing, mengingat merk-merk tersebut berkontribusi terhadap 16 persen total volume dan 7 persen total valuasi pasar nasional.

**Gambar 1.1**

 **Data Pengguna *Smartphone* di Indonesia**

 *Sumber : http://lembing.com*

Produsen *Smartphone* yang melihat sebuah fenomena bahwa semakin meningkatnya pengguna *smartphone* di Indonesia, membuat mereka berlomba-loba untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Produk *smartphone* ini di Indonesia dikuasai oleh beberapa produsen *Smartphone* besar seperti Samsung, Advan, Apple, Oppo, Sony dan sebagainya, Samsung memimpin dengan 49%.

Samsung adalah produsen *smartphone* terpopuler di Asia dan dunia. Tapi ada banyak pesaing lainnya yang mencoba untuk menggeser kekuasaan Samsung. Persaingan tersebut sangat kuat terutama di Asia, dimana sejumlah produsen handphone baru berjuang di pasar lokal masing-masing, berharap dapat menarik pelanggan dengan perangkat yang bagus, tapi dengan harga yang terjangkau. ([https://id.techniasia.com/inilah-13-produsen-](https://id.techniasia.com/inilah-13-produsen-smartphone-asia-baru-yang-ingin-menghancurkan-Samsung-dan-apple/)*[smartphone](https://id.techniasia.com/inilah-13-produsen-smartphone-asia-baru-yang-ingin-menghancurkan-Samsung-dan-apple/)*[-asia-baru-yang-ingin-menghancurkan-Samsung-dan-apple/](https://id.techniasia.com/inilah-13-produsen-smartphone-asia-baru-yang-ingin-menghancurkan-Samsung-dan-apple/)).

Cengkraman Samsung di tanah air kian besar. Terbukti Ogan Ilir, Sumatera Selatan, Samsung menguasai penjualan android (*smartphone*) alasannya tidak lain karena penggunaan Samsung yang nyaman dan mampu meng-*cover* segala kebutuhan. Andi Irawan, Area Head Erafone Sumbagsel mengatakan pada bulan Mei ini, memasuki minggu ketiga, permintaan *smartphone* Samsung semakin meningkat, peningkatan tersebut pada angka 13%. Hal ini dikarenakan Samsung selalu menghadirkan produk baru yang memiliki spesifikasi dan kualitas yang baik. Sementara itu, Yeni Anggraini, Branch Manager Asia Ponsel mengatakan, untuk penjualan Samsung dibulan Mei ini mengalami kenaikan sekitar 10%. Hal ini dikarenakan *image* Samsung di masyarakat yang baik. ([www.radar-palembang.com/Samsung-rajai-pasar-android/](http://www.radar-palembang.com/Samsung-rajai-pasar-android/)).

**Tabel 1.1**

**Penjualan Samsung (2009-2013)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Penjualan (Miliar Rupiah)** |
| **2009** | **136,324** |
| **2010** | **154,630** |
| **2011** | **165,002** |
| **2012** | **201,104** |
| **2013** | **228,693** |

*Sumber : Annual report PT. SAMSUNG ELECTRONICS (2009;2013)*

Mulai dari tahun 2009 sampai dengan 2013, terlihat pada tabel 1 tersebut terjadi peningkatan keuntungan penjualan Samsung. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari keberhasilan pemasaran dalam melakukan kegiatan pemasaran seperti citra merek, harga dan kualitas produk. Karena hal tersebut merupakan pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Meningkatnya penjualan *Smartphone* Samsung dari tahun 2009 sampai dengan 2013 tentunya akan membuat produsen ini akan mempertahankan dan meningkatkan penjualan pada tahun berikutnya. Faktor-faktor yang menjadi alasan bagi konsumen untuk melakukan pembelian terus akan ditingkatkan, seperti fitur, harga, citra merek, promosi, kualitas produk, dan lain-lain. Samsung terus melakukan perbaikan kualitas dan melakukan inovasi-inovasi produk, serta terus melakukan bauran produknya (Setiawan,2011).

Android adalah sebuah perusahaan *software* kecil yang didirikan pada bulan Oktober 2003 di Palo Alto, California, USA. Didirikan oleh beberapa senior di beberapa perusahaan yang berbasis IT dan *Communication, Andy Rubin, RichMiner, NickSears* dan *Chris White*. Android merupakan sistem operasi untukponsel cerdas yang dikembangkan secara *open source* berdasarkan sistem operasi LINUX. Android bukanlah merek *handphone*, sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis linux. Pengembangan android, dibentuklah *Open Handset Alliance,* konsorsim dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak, dan telekomunikasi, termasuk *Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile,* dan *Nividia*.

Untuk melihat data penjualan *handphone* atau *smartphone* dengan merek tertentu dengan lebih rinci dapat kita lihat pada tabel yang ada dibawah ini:

**Tabel 1.2**

**Penjualan Handphone Tahun 2010 s/d 2011**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Unit** | **1Q10** | **2Q10** | **3Q10** | **4Q10** | **1Q11** |
| Samsung | 68,897.10 | 65,328.20 | 71,671.80 | 79,168.70 | 68,782.00 |
| Apple | 8,270.10 | 8,743.00 | 13,484.40 | 16,011.10 | 16,883.20 |
| LG | 27,190.10 | 29,366.70 | 27,478.70 | 30,119.10 | 23,997.20 |
| Huawei Device | 5,236.10 | 5,276.40 | 5,478.10 | 7,824.00 | 7,002.90 |
| Research in Motion | 10,752.50 | 11,628.80 | 12,508.30 | 14,762.00 | 13,004.00 |

**Sumber: Gartner 20 Desember 2012**

Dari Tabel di atas, menunjukkan bahwa penjualan Samsung berada di posisi pertama dengan mengalami kenaikan penjualan, dan di posisi kedua di tempati LG, dan diikuti kenaikan penjualan dengan merek-merek *Handphone* atau *Smartphone* lainnya.

Pada saat ini daya tarik *Smartphone* Samsung adalah kualitas produknya. Kualitas menjadi sorotan utama bagi perusahaan untuk memberikan suatu kepuasan bagi konsumennya. Sebagai salah satu yang mempengaruhi pembelian konsumen maka perusahaan harus merancang produk dengan hati-hati agar mendapatkan kualitas produk yang baik. Konsumen akan melihat apa saja kelebihan-kelebihan dari produk *smartphone* Samsung seperti jaringan internet, tampilan layar, warna, ukurannya software, hardware dan support aplikasinya.

Samsung memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan iPhone. Kualitas Samsung tidak jauh beda dengan iPhone. Soal resolusi, Samsung Galaxy Note 9 lebih unggul dibandingkan dengan iPhone XS Max. Note 9 memiliki resolusi 1440x2960 piksel dengan 516ppi, sedangkan iPhone XS Max beresolusi 1242x2688 piksel dengan 458ppi. Note 9 berjalan dengan sistem operasi Android 8.1 (Oreo), iPhone XS Max berjalan dengan sistem operasi iOS 12. Untuk kapasitas *storage*,Note 9 menyediakan slot eksternal yang dapat diperluas hingga 512GB. Sementara itu untuk kapasitas *storage* iPhone, seperti biasa, tidak menyediakan slot untuk memori eksternal. Dengan harga yang lebih murah, Note 9 spesifikasinya tidak jauh berbeda dengan iPhone XS Max. Harga yang dibanderol untuk Note 9 dengan kapasitas 512GB harganya adalah Rp 17.900.000. Dari segi harga, iPhone XS Max harganya jauh lebih mahal dari Note 9. Harga yang dibanderol untuk iPhone XS Max kapasitas 512GB adalah Rp 20.900.000. (http://review.bukalapak.com/gadget/ini-perbandingan-spesifikasi-dan-harga-iphone-xs-max-vs-galaxy-note-9-53976).

Sudah tidak dapat dipungkiri, *smartphone* Android dengan spesifikasi *hardware* yang tinggi saja masih memiliki harga di bawah Rp 20 jutaan. Sementara iPhone generasi terbaru dibanderol dengan harga yang sangat mahal mencapai lebih dari Rp 20 jutaan.

Untuk bisa bertahan dalam persaingan *smartphone*, sebaiknya melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai pangsa pasar. Harga adalah pengorbanan keseluruhan yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa spesifik. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat, harga menjadi salah satu yang terpenting dalam penilaian dari suatu produk atau jasa. Semakin tinggi kualitas produk yang digunakan maka semakin tinggi juga harga yang diberikan.

Menurut penelitian terdahulu Lumintang Intan Sintya, S. L. H. V. Joyce Lapian, Merlyn M. Karuntu bahwa ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Yang berarti apabila *smartphone* Samsung ingin bisa tetap bertahan pada persaingan, maka Samsung harus melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar.

Keunggulan *smartphone* Samsung adalah mudah dalam transfer data seperti dokumen, musik, video, foto, maupun data lainnya. Hanya dengan menggunakan kabel data ketika menghubungkannya ke komputer. Selain itu, *smartphone* Samsung memiliki slot kartu memory yang memungkinkan penggunanya dapat mengekspansi kapasitas setiap penyimpanan internalnya mau habis. Sebaiknya kartu memory yang digunakan berkecepatan tinggi, seperti Class 10 atau SDHC agar *smartphone* Android dapat membaca dan menulis dengan cepat. Fitur *smartphone* Samsung lebih maju, terlihat dari pengimplementasian NFC, Wireless Charging, pengaturan apertur foto, hingga dukungan dua kartu SIM yang sudah lama ada di Android. Tidak kalah dengan *smartphone* lain, *smartphone* Samsung kelas atas pun masih setia menghadirkan *fingerprint*.

Kualitas produk mempermudah pelanggan sehingga pelanggan merasa puas. Kualitas produk merupakan suatu barang/jasa yang diproduksi dan memberikan nilai mutu yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat, kepuasan pelanggan menjadi salah satu yang terpenting dalam penilaian suatu produk. Semakin puas pelanggan dengan produk yang digunakan maka semakin baik juga kualitas yang diberikan.

Menurut penelitian terdahulu Ramadhan Harahap bahwa ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Yang berarti apabila kualitas yang diberikan semakin baik, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

Salah satu peminat *smartphone* Samsung adalah kalangan pelajar tak terkecuali mahasiswa. *Smartphone* bagi mahasiswa sangatlah penting kegunaannya, di samping sebagai alat komunikasi, *smartphone* bagi mahasiswa dapat digunakan sebagai alat penunjang dalam perkuliahan. *Smartphone* dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan bahan literatur dalam mengerjakan tugas-tugas mata kuliah.

Teknologi komunikasi merupakan salah satu peluang bisnis potensial yang dimanfaatkan oleh produsen dalam persaingan. Meningkatnya kebutuhan akan penggunaan teknologi telekomunikasi dalam kehidupan saat ini disebabkan karena penggunaan telekomunikasi yang diyakini dapat membantu meringankan pekerjaan seseorang. Salah satu produk teknologi telekomunikasi yang saat ini diperebutkan oleh banyak produsen adalah *handphone* (ponsel). Fenomena persaingan antara perusahaan membuat setiap perusahaan harus menyadari akan suatu kebutuhan untuk memaksimalkan aset-aset perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan, khususnya untuk perusahaan yang menghasilkan produk *handphone*. Saat ini persaingan perusahaan untuk memperebutkan konsumen tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk saja misalnya seperti kegunaan produk, melainkan sudah dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi penggunanya. Produk menjelaskan sebagai suatu komoditi yang dipertukarkan, sedangkan merek menjelaskan pada spesifikasi pelanggannya. Merek bukanlah sebuah nama, simbol, gambar atau tanda yang tidak berarti. Merek merupakan identitas sebuah produk yang dapat disajikan sebagai alat ukur apakah produk itu baik dan berkualitas.

Untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasi ataupun penciptaannya perusahaan harus dapat menciptakan strategi bisnis yang tepat. Salah satunya adalah menciptakan produk yang berkualitas.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi. Samsung membuat promosi saat *pre-order* sudah mulai dibuka. *Pre-order* Samsung Galaxy Note 9 model 6 GB dan internal 128GB dibanderol Rp 13.499.000, sementara model RAM 8 GB dan internal 512 GB dijual Rp 17.999.000. Tidak hanya akan membawa pulang unit Galaxy Note 9, pembelian pada periode promo juga akan mendapatkan bonus Samsung Smart TV dan *cashback* hingga Rp 750.000. Pembelian Galaxy Note 9 model 128 GB akan mendapatkan Samsung Smart TV 32 inci HD dan untuk model 512 GB akan mendapatkan Samsung Smart TV 40 inci HD.

Produk dikatakan berbeda karena adanya suatu merek. Merek juga memberi sebuah janji dengan tujuan untuk memberikan manfaat produk atau jasa kepada pembeli. Merek yang baik akan memberikan jaminan kualitas.

Survei yang dilakukan oleh sebuah lembaga membeberkan tingkat kesetiaan konsumen terhadap suatu brand. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh SurveyMonkey, terungkap bahwa pengguna produk Samsung ternyata lebih loyal atau setia ketimbang konsumen Apple.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian yang ingin digunakan oleh penulis adalah Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Samsung di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka peneliti memperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
2. Apakah Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
5. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mentukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading?
3. **Batasan Penelitian**

Penulis menyadari mempunyai banyak keterbatasan, ditinjau dari segi waktu, dana dan kemampuan sehingga penulis menggunakan hal-hal di bawah ini sebagai batasan-batasan, yaitu:

1. Objek penelitian adalah *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan yang menggunakan *Smartphone* Samsung.
3. Variabel yang diteliti yaitu Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelanggan.
4. Responden adalah 120 konsumen yang telah menggunakan produk *Smartphone* Samsung.
5. Lokasi penelitian dilakukan di Wilayah Kelapa Gading.
6. Periode penelitian yaitu Februari 2019 sampai dengan Agustus 2019.
7. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan peneliti, peneliti merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

**“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading”**

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian pada *Smartphone*Samsung ini untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang:

1. Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading.
3. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dengan penelitian:

1. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan penggunaan faktor harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading.
2. Bagi Pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pedoman bagi penelitian yang relevan dan perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.