



# Bab I

## Pendahuluan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang para masyarakat modern tidak terlepas dari *gadget* terlebih lagi dengan *handphone* atau telepon seluler. *Handphone* pada dasarnya digunakan sebagai alat komunikasi jarak jauh sehingga memungkinkan untuk dapat saling berhubungan langsung tanpa perlu memperhatikan jarak maupun waktu. Namun saat ini keberadaan *handphone* sedikit bergeser dengan *smartphone*. Fungsi dasar *smartphone* sehari tidak jauh berbeda dengan *handphone* namun fitur serta penggunaannya sudah lebih maju dibandingkan *handphone*.

Persaingan di era globalisasi sudah menjadi hal lumrah terjadi sekarang ini. Namun persaingan tersebut menjajikan suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi setiap perusahaan. Tentu saja perusahaan ingin mendapat tempat istimewa di hati konsumen. Berbagai cara ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut. Tentu, Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan setiap perubahan yang terjadi, misalnya perubahan sosial, perubahan budaya, perubahan gaya hidup, dan masih banyak lagi. Konsekuensi persaingan yang ketat juga mengharuskan perusahaan mampu memberikan inovasi-inovasi produk yang terbaik bahkan yang tidak dimiliki oleh pesaing dalam memuaskan konsumennya untuk memenangkan persaingan tersebut dan tetap mempertahankan eksistensinya. Untuk menciptakan profitabilitas perusahaan yang terus berkembang perusahaan tidak cukup hanya dengan memproduksi barang dan jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan harga yang menarik, yang harus dilaksanakan perusahaan adalah menempatkan kepuasan pelanggan sebagai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





29%. Apple turun dari 23% menjadi 22% tetapi hal itu tidak membuat pandangan konsumen terhadap Apple menurun. Huawei muncul sebagai vendor top 5 untuk pertama kalinya dan HTC jatuh keluar dari peringkat lima besar. (sumber: <http://www.forbes.com/sites/chuckjones/2013/01/25/samsung-increasing-its-smartphone-market-share-vs-apple-and-the-rest-of-the-pack/>)

Menurut Schiffman-Kanuk dalam Suwandi (2007 : 3) pembelian ulang terdiri dari dua tipe, yaitu pembelian percobaan dan pembelian ulang. Pembelian percobaan merupakan tahap penyelidikan dari perilaku pembelian dimana pelanggan berusaha mengevaluasi produk dengan langsung mencoba. Jika suatu produk dibeli dengan percobaan ternyata memuaskan atau lebih memuaskan dari merek sebelumnya, maka pelanggan berkeinginan untuk membeli ulang. Tipe pembelian semacam ini disebut pembelian ulang.

Ketatnya persaingan dalam hal perkembangan teknologi sangatlah krusial bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Karena melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat memenangkan persaingan dengan para pesaingnya saja, tetapi juga dapat membangun loyalitas pelanggan.

Samsung yang selalu mengembangkan berbagai inovasi terhadap tipe-tipe produknya, dapat menarik minat pelanggan terhadap *smartphone* yang dimanjakan dengan berbagai produk yang sangat bervariasi dan menarik. Rata-rata *smartphone* yang mempunyai inovasi yang baru dijual dengan harga cukup tinggi, namun Samsung juga melihat segmen kelas bawah yang membuat *smartphone* dengan harga yang cukup terjangkau. Umumnya, *smartphone* yang dilengkapi dengan inovasi terbaru dengan kualitas produk yang baik dikhususkan untuk kalangan menengah ke atas. Pertumbuhan produsen *smartphone* terus meningkat, mengakibatkan timbulnya banyak perusahaan pesaing untuk menarik minat pelanggan. Seperti Iphone yang merupakan pesaing



utama dari Samsung. Salah satu strategi utama yang harus dilakukan Samsung adalah inovasi produk. Hal ini membuat persaingan pada industri penjualan *smartphone* menjadi sangat ketat dan menjadi salah satu alasan bagi para perusahaan untuk menciptakan produk dengan teknologi terkini yang dapat menarik minat pelanggan dan dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Kualitas produk juga memainkan peran yang penting dalam memberi nilai tambah pengalaman dalam hal penggunaan produk *smartphone* Samsung. karena menurut Kotler dan Keller (2007:180), “mutu adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Dengan kualitas produk yang menjanjikan, maka konsumen tidak akan segan untuk membeli produk yang dikeluarkan.

Menurut Kotler dan Keller (2007:179) sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia dan akan membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru. Sehingga apabila kepuasan konsumen sudah mendapatkan kepuasan atas produk yang telah dikonsumsi maka konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakan produk-produk yang diciptakan oleh Samsung.

Beberapa studi empirik lainnya telah menemukan hasil yang bertentangan dengan teori tersebut. Secara lebih rinci adanya gap riset tersebut disajikan dalam tabel 1 di bawah ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.1

Gap Riset dan Permasalahan / Isu

No	Permasalahan / Isu	Gap Teori	Teori	Pandangan Teori
1	Pengaruh <i>Kualitas Produk</i> terhadap <i>Kepuasan Pelanggan</i>	Terdapat perbedaan pandangan mengenai hubungan <i>Kualitas Produk</i> terhadap <i>Kepuasan Pelanggan</i>	Suwarni Septina Dwi Mayasari (2009)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan
			Kotler dan Keller (2012:32)	Kinerja produk dapat berpengaruh signifikan maupun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Pengaruh <i>Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian Ulang</i>	Terdapat perbedaan pandangan mengenai hubungan <i>Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian Ulang</i>	Bahram Ranjbarian <i>et al.</i> ,(2012)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian Ulang</i>
			Tawan Vigripat & Peng Chan (2007)	<i>Kepuasan Pelanggan</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Keputusan Pembelian Ulang</i>

©

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI JAKARTA UTARA”



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada gap riset dan fenomena yang disajikan diatas, masalah yang dihadapi adalah masih adanya berbagai kontroversi hasil penelitian mengenai faktor-faktor mengenai Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

## C. Rumusan Masalah Penelitian

Menghadapi masalah seperti yang disajikan di atas, masalah yang diajukan adalah bagaimana mengembangkan sebuah model teoritikal untuk mengatasi kontroversi hasil penelitian mengenai pengaruh Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

## D. Rumusan Pertanyaan Penelitian

Terhadap masalah penelitian tersebut di atas, maka disampaikan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang?
3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang?



### E. Tujuan Penelitian

Penelitian dengan judul pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang?
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang?
3. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan?
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan?
5. Mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang?

### F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dengan judul pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan diharapkan dapat digunakan oleh berbagai pihak, antara lain :

#### 1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan pembaca setelah membaca keseluruhan isi penelitian.

#### 2. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak yang terkait atau perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh inovasi produk

dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* Samsung melalui kepuasan pelanggan.

### 3. Bagi Akademik

Mendukung berkembangnya dunia pengetahuan di era persaingan bisnis modern saat ini terutama inovasi, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian ulang. Serta untuk menambah wawasan pembaca atau referensi bagi para peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan hasil penelitian ini di waktu yang akan datang.

### 4. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memperluas wawasan berpikir penulis, menambah pengetahuan, dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah, khususnya mengenai inovasi, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian ulang sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.