

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

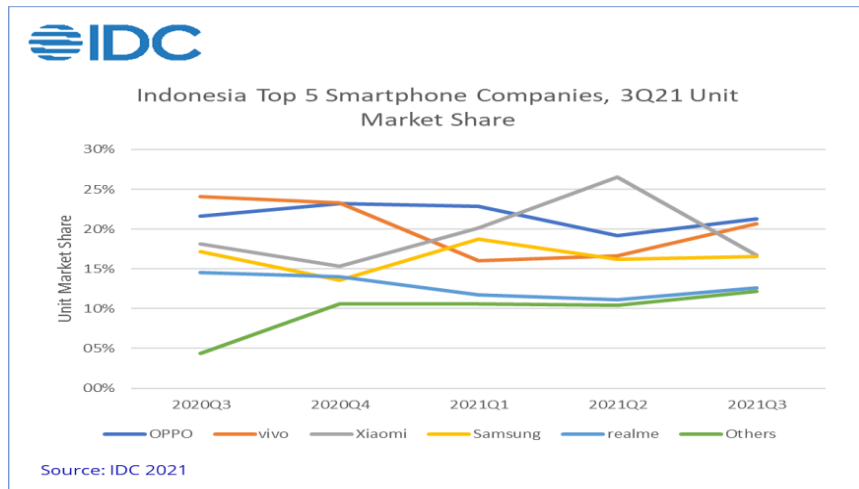
Alat komunikasi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali jenis alat komunikasi, misalnya telepon rumah, smartphone atau bisa melalui internet (chatting, email, yahoo messenger). Smartphone bukan merupakan barang yang mewah bagi masyarakat saat ini, karena hampir semua masyarakat memiliki satu atau bahkan lebih dari satu smartphone.

Masyarakat lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan smartphone dari pada alat komunikasi lainnya, karena mudah dibawa dan digunakan ketika pengguna membutuhkannya. Bahkan dengan berkembangnya teknologi pada saat ini smartphone tidak hanya dapat digunakan untuk menelepon dan mengirim pesan singkat, namun dapat digunakan untuk *chatting*, mengirimkan pesen melalui email, ataupun komunikasi melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan mempunyai aplikasi yang lengkap maka smartphone merupakan salah satu pilihan yang tepat.

Pada saat ini, permintaan masyarakat terhadap smartphone semakin meningkat, hal ini menjadi peluang bagi produsen smartphone untuk berinovasi dalam memproduksi handphone yang dihasilkan. Salah satu produsen smartphone yang terkenal saat ini adalah Xiaomi.

Gambar 1.1

Perkembangan Smartphone di Indonesia kuartal 3 2021



Sumber: IDC 2021

Gambar 1.1, menunjukkan bahwa pangsa pasar Xiaomi di Indonesia berada di peringkat pertama dengan unit terjual 25 % di kuartal kedua di tahun 2021, sedang kan brand oppo berada di peringkat kedua dengan unit yang terjual 20 %. Xiaomi tercatat berhasil menguasai 26 persen pangsa pasar smartphone di tanah air. Angka ini terpantau naik dua digit bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2020, dimana Xiaomi hanya menguasai 15% pangsa pasar ponsel dalam negeri. Ini pertama kalinya Xiaomi berhasil menjadi vendor nomor satu di Indonesia. Performa pengiriman ponsel Xiaomi yang baik pada kuartal II-2021 ini dipicu oleh penjualan ponsel model Redmi 9C, Redmi 9A, dan Poco M3. Ketiga ponsel tersebut populer di kalangan konsumen Indonesia karena dibekali fitur seperti baterai jumbo dengan dikenakan harga yang relatif murah yakni 1 juta hingga 2 juta. Walaupun Smartphone Xiaomi dijual dengan harga yang murah, namun hal ini menimbulkan resiko lainnya. Seiring dengan keuntungan yang didapatkan perusahaan produk Xiaomi sangat kecil di bawah 10%,

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

Hak Cipta Dilindungi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

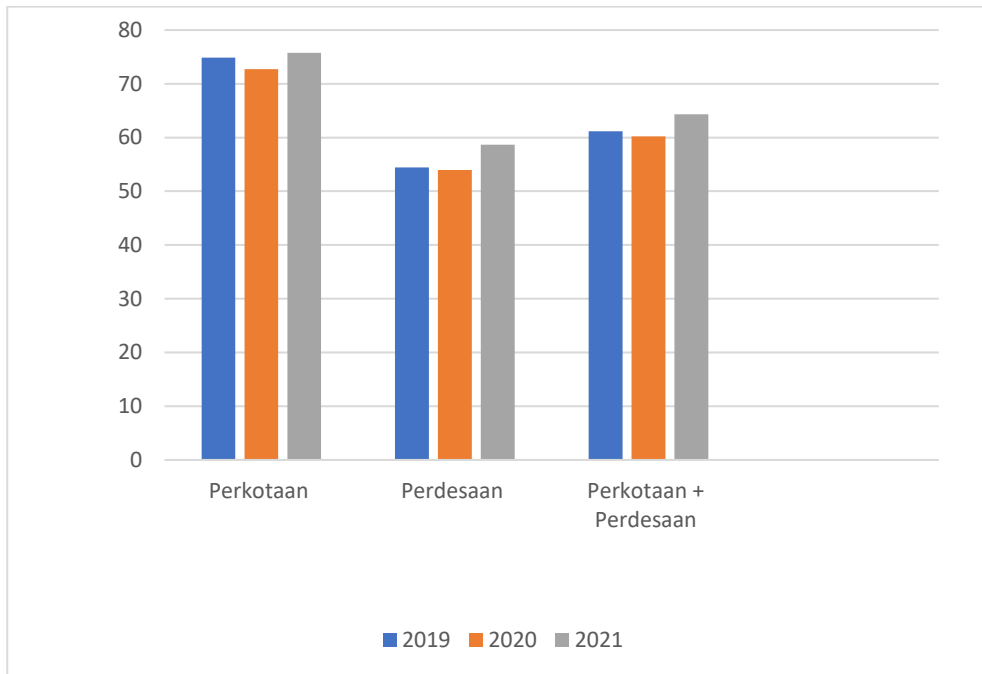


perusahaan asal Tiongkok tersebut punya cara lain agar mendapatkan keuntungan yaitu melalui iklan. Iklan di antarmuka MIUI.

Dengan berbagai fitur menarik, MIUI ternyata menyisipkan iklan yang mengganggu, hanya membuka aplikasi bawaan Xiaomi, iklan tersebut muncul, dan banyak keluhan tentang iklan ini. Sumber (www.carisinyal.com)

Gambar 1.2

Pengguna Smartphone Di Bengkulu



Sumber: www.go.id (diakses 10 Mei 2023)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa terjadinya kenaikan pengguna smartphone di Bengkulu setiap tahunnya baik di perdesaan maupun di perkotaan, walaupun sempat terjadi penurunan pada tahun 2020 akibat dampak dari COVID-19 yang membuat ekonomi melemah, namun pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 4% dari tahun 2020.

Kepuasan pelanggan menjadi hal terpenting bagi keberlangsungan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dari kualitas produk yang diberikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Kualitas produk menjadi faktor penting bagi pihak pelanggan untuk menentukan pembelian produk. Kualitas produk menurut Halim (2018) merupakan elemen penting dalam sebuah perusahaan yang akan dipergunakan perusahaan sebagai alat pertukaran dengan konsumen yang bisa dimiliki dan dikonsumsi, baik itu produk berwujud maupun produk tidak berwujud agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi.

Meskipun demikian, kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari segi kualitas produk saja, namun juga dilihat dari harga yang diberikan suatu produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan produk. Pelanggan akan memutuskan membeli produk dengan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan tersebut. Hidayat (2018) mendefinisikan persepsi harga adalah total dari apa yang telah diserahkan oleh pembeli sebagai imbalan atas keuntungan suatu produk. Pelanggan akan merasa senang, apabila harga yang diberikan terjangkau. Ketika pelanggan merasa senang dengan harga yang ditentukan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

TABEL 1.1

Daftar Harga Smartphone Xiaomi

Nama Produk	Harga Produk
Redmi A1	Rp.1.049.000
Redmi Note 11	Rp.2.399.000
Poco F4	Rp.5.199.000
Xiaomi 12 Lite 5G	Rp.4.999.000
Xiaomi 12 Pro	Rp.12.999.000

Sumber: Mi Store di akses 15 Juni 2023

Harga dari produk Xiaomi juga dapat dikatakan bervariasi, mulai dari 1 juta (Low Range) Hingga 12 juta (High Range). Dengan harga yang di berikan dapat membuat

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pelanggan menyesuaikan dengan budget yang dimiliki, dan menyesuaikan kebutuhan untuk membantu kehidupan sehari-hari.

Smartphone Xiaomi bergaransi resmi (Tam) umumnya memiliki nilai jual Kembali yang masih terbilang wajar, harga jual Kembali disini maksudnya adalah Smartphone bekas garansi resmi sekitar 30%. Namun Xiaomi bergaransi distributor, harganya terbilang jatuh mengingat banyak persoalan seperti terkait dukungan garansi dan soal ROM abal-abal. Bisa dibilang harga jualnya terlalu rendah untuk sebuah ponsel yang terbilang populer.

Sumber : <https://www.pinhome.id/blog/kelebihan-dan-kekurangan-hp-xiaomi/>

Dalam rangka mempertahankan kepuasan pelanggan, Xiaomi menciptakan website <https://www.mi.co.id> yang berguna untuk sebagai keluhan dan informasi mulai dari layanan service, garansi, spesifikasi, harga, informasi gerai xiaomi terdekat. Dan Xiaomi juga membuat berbagai aplikasi yang bermanfaat untuk mempermudah berbagai kebutuhan kehidupan sehari-hari manusia mulai dari aplikasi Mi fitness, Mi remote controller, Share me, Xiaomi Community, Mi browser, Mi home. Dengan adanya berbagai aplikasi dari xiaomi, pelanggan akan sangat terbantu untuk menjalankan aktivitas.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai kepuasan Smartphone Xiaomi. Dalam penelitian yang dijalankan, ditemukan bahwa kualitas produk dan persepsi harga secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian Vernando Satria Wijaya, Yohan Wismantoro (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus.

Ditemukan juga penelitian yang dilakukan oleh Febrianni (2021) bahwa hasil kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini



didukung oleh penelitian Vanni Febrianni (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Nmax, Jakarta Utara”.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Apriliani, et al (2022) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Water Garden Hotel Candidasa Bali “ditemukan hasil bahwa Persepsi Harga belum dapat membuktikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merasa perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Xiaomi di Bengkulu”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan penggunaan smartphone di Indonesia?
2. Faktor apa yang menentukan kepuasan pelanggan smartphone di Bengkulu?
3. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk Xiaomi di Bengkulu?
4. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap persepsi harga Xiaomi di Bengkulu?
5. Bagaimana Kepuasan pelanggan Xiaomi di Bengkulu?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Xiaomi di Bengkulu?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Xiaomi di Bengkulu?

1.3. Batasan Masalah



1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Xiaomi di Bengkulu?

2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Xiaomi di Bengkulu?

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah kualitas produk dan persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan smartphone di Bengkulu?”

1.5. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan terarah maka penulis memberikan batasan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel yang akan diteliti adalah kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan pelanggan.
2. Responden yang akan diteliti adalah konsumen yang menggunakan smartphone Xiaomi di wilayah Bengkulu.
3. Batasan wilayah untuk pengambilan sampel adalah 4 wilayah Bengkulu yaitu Bengkulu Kota, Bengkulu Selatan, Bengkulu Utara, Bengkulu Tengah.
4. Periode Penelitian awal bulan November 2022- Agustus 2023

1.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Smartphone Xiaomi di Bengkulu.
2. Pengaruh Persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Smartphone Xiaomi



1.7. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang bersangkutan tersebut antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai masukan untuk mempertimbangkan dalam penyusunan rencana pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk dan persepsi harga.

2. Bagi Para Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para peneliti lain sehingga dapat menambah wawasan bagi para peneliti lain untuk dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian lainnya yang berkaitan dengan variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.