



BAB I

PENDAHULUAN



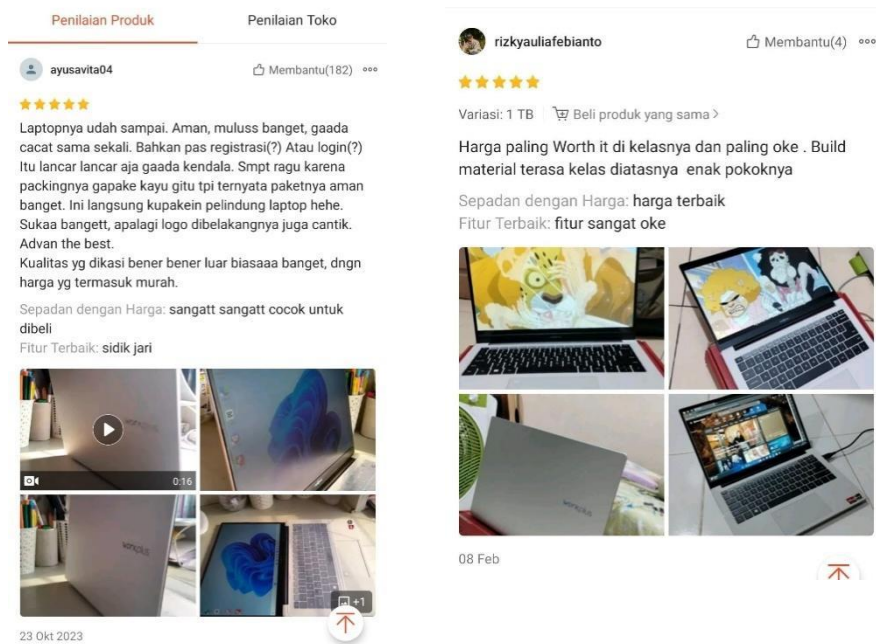
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, laptop telah menjadi kebutuhan primer bagi banyak orang, baik untuk bekerja, belajar, maupun hiburan. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan tersebut, muncul pula berbagai merk laptop dengan spesifikasi dan harga yang bervariasi. Salah satu merk laptop yang cukup populer di Indonesia adalah Advan. Advan menawarkan laptop dengan harga yang relatif terjangkau dan spesifikasi yang cukup mumpuni, sehingga menjadi pilihan bagi banyak konsumen, terutama bagi mereka yang memiliki budget terbatas. Fenomena menarik yang muncul adalah banyaknya konsumen yang merasa puas dengan pembelian laptop Advan.

Gambar 1.1

Review Produk Laptop Advan di toko Advan Noteboook Official



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.



Sumber: <https://shopee.co.id/product/919692407/20591880461/>

Hal ini bisa dilihat dari gambar diatas, dimana banyaknya ulasan positif dalam akun Shopee Advan. Hal ini cukup unik karena laptop Advan dikenal dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan merk laptop lain dengan spesifikasi yang setara. Kemampuan Advan dalam memberikan kepuasan pelanggan ini dapat ditelaah lebih lanjut. Dapat dikatakan saat ini, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Advan adalah salah satu merek lokal yang telah berhasil memperoleh tempatnya di pasar teknologi Indonesia. Dari sejak Advan berdiri, merek Advan memang sudah menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia. Terbukti dengan pencapaian penjualan produk laptop yang semakin terus meningkat dan berbagai penghargaan yang telah diperoleh oleh Advan berturut-turut (Lahitani, 2023). Didirikan pada tahun 2007, Advan memulai perjalanannya dengan fokus pada perangkat teknologi yang terjangkau namun tetap berkualitas (Ramadhan, 2017). Perusahaan ini telah memperluas jangkauannya dari ponsel hingga produk-produk seperti laptop, tablet, dan aksesoris lainnya. Advan menekankan inovasi dan peningkatan terus-menerus dalam produk-produknya. Dengan berpegang pada moto "*Value for Money*", mereka berusaha untuk memberikan nilai lebih bagi konsumen melalui produk-produk yang handal namun tetap terjangkau. Hal ini tercermin dalam strategi mereka untuk menyediakan teknologi terkini dengan harga yang kompetitif, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain fokus pada harga yang terjangkau, Advan juga terus berupaya meningkatkan kualitas produknya. Mereka memperhatikan desain, fitur, performa, dan keandalan produk mereka agar dapat bersaing dengan merek-merek lain di pasaran. Dengan demikian, Advan mencoba

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



untuk menawarkan kombinasi yang seimbang antara nilai dan kualitas kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan individu berdasarkan seberapa baik atau buruknya kualitas produk yang mereka dapatkan dibandingkan harapan mereka akan produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2021:35).

Menurut Indrasari (2019:71), produk jasa yang berkualitas memiliki peranan yang penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Dimana semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan juga akan semakin tinggi.

Kualitas produk merupakan konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, Zeithmal & Bitner dalam Firmansyah (2018:133). Oleh karena itu, perusahaan senantiasa berupaya untuk menghadirkan produk-produk dengan kualitas terbaik, begitu pula dengan Advan. Salah satu produk Advan yaitu Advan Soulmate yang telah menjadi produk terlaris di tahun 2024 di platform Shopee. Lebih dari 9.800unit Advan Soulmate telah terjual dalam kurun waktu 1 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih produk Advan karena kualitasnya yang baik dengan harga yang sangat terjangkau.

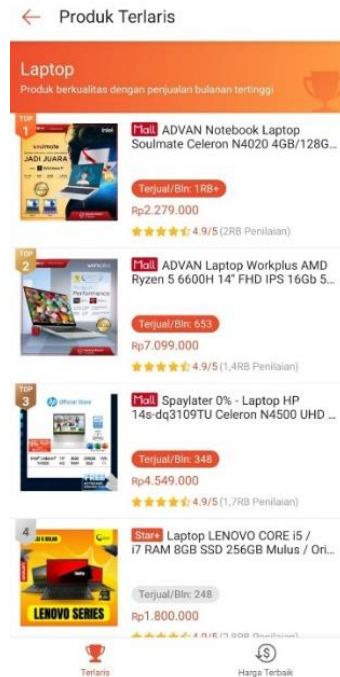
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 1.2
Produk Terlaris Category Laptop April 2024



Sumber: <https://shopee.co.id/product/919692407/23228047103/>

Menurut (Wardhana & Sitohang, 2021) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dikatakan harga adalah faktor penting dan penentu dalam menjalankan kegiatan jual-beli yang mampu memberikan keuntungan untuk jangka waktu kedepan. Oleh karena itu Advan mengeluarkan produk laptopnya dengan harga yang terjangkau sesuai dengan spesifikasinya, sehingga kepuasan pelanggannya dapat tercapai.

Menurut Kotler & Armstrong (2021:313), Persepsi pelanggan terhadap produk nilai menetapkan batas atas harga. Jika pelanggan memandang harga suatu produk lebih besar dari nilainya, mereka tidak akan membeli produk tersebut. Advan memahami betul prinsip ini dan selalu berkomitmen untuk menawarkan laptop berkualitas dengan harga terjangkau yang sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini merupakan salah satu faktor kunci yang membuat Advan menjadi salah satu brand

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



laptop ternama di Indonesia dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Laptop ini bisa dibilang sangat *worth it* di harganya, karena sanggup menawarkan port HDMI secara *full* sekaligus juga memiliki port *USB Type-C*. Selain itu, *webcam-nya* pun sudah dibekali dengan *privacy shutter* agar terhindar dari serangan pihak yang tidak bertanggung jawab. Bodinya yang trendi, modern, serta memiliki *bezel* tipis turut membuatnya layak digemari oleh masyarakat yang mendambakan laptop terjangkau. (M, 2023).

Gambar 1.3
Review Produk Laptop Advan di toko Advan Noteboook Official



Sumber: <https://shopee.co.id/product/919692407/20591880461/>

Menurut (Aditia & Suhaji, 2012) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa apabila pelayanan Advan lebih ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Menurut (Rahayu & Kusuma, 2021) Hal ini cukup unik karena laptop Advan dikenal dengan harga yang



relatif murah dibandingkan dengan brand lain. Ini juga dibuktikan bahwa brand image memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Dari latar belakang diatas, penelitian ini didasarkan oleh bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan laptop Advan di E-commerce Shopee.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mencoba mengidentifikasi masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, antara lain :

1. Apakah kualitas produk Laptop Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Platform* Shopee?
2. Apakah persepsi harga Laptop Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Platform* Shopee?
3. Apakah kualitas pelayanan Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Platform* Shopee?
4. Apakah citra merek Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Platform* Shopee?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk Laptop Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *platform* Shopee?
2. Apakah persepsi harga Laptop Advan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Platform* Shopee?



D. Batasan Penelitian

Pembatasan dalam penelitian ini ditujukan untuk menghindari munculnya penyimpangan serta pelebaran pokok masalah sehingga penelitian lebih terarah, dapat memudahkan pembahasan, dan dapat mencapai tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini di antaranya:

1. Objek yang di teliti adalah Produk *Laptop* Advan.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang membeli produk laptop advan di Shopee.
3. Wilayah Penelitian ini di lakukan di Jakarta Utara.
4. Waktu penelitian Januari 2024 – Juni 2024

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan laptop Advan (*E-commerce* Shopee).”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan *laptop* Advan (*E-Commerce* Shopee).
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap kepuasan pelanggan *laptop* Advan (*E-Commerce* Shopee).



G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berbagai pihak, antara lain:

1. Teoritis

Perluasan Pemahaman tentang Interaksi Faktor-Faktor Pembelian: Penelitian ini dapat mengungkap informasi tentang bagaimana faktor-faktor kualitas produk dan persepsi harga saling berinteraksi dalam kepuasan pelanggan wawasan tambahan bagi teori - teori yang ada.

2. Pengusaha

Pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar. Penelitian ini akan membantu pengusaha, khususnya perusahaan seperti Advan, untuk memahami bagaimana konsumen menilai kualitas produk dan persepsi harga di platform *e-commerce* Shopee.

3. Peneliti Selanjutnya

Kontribusi pada pengetahuan ilmiah: Penelitian ini dapat menjadi kontribusi penting dalam bidang studi perilaku konsumen dan *e-commerce*. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya dan memperluas pemahaman kita tentang faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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.