

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

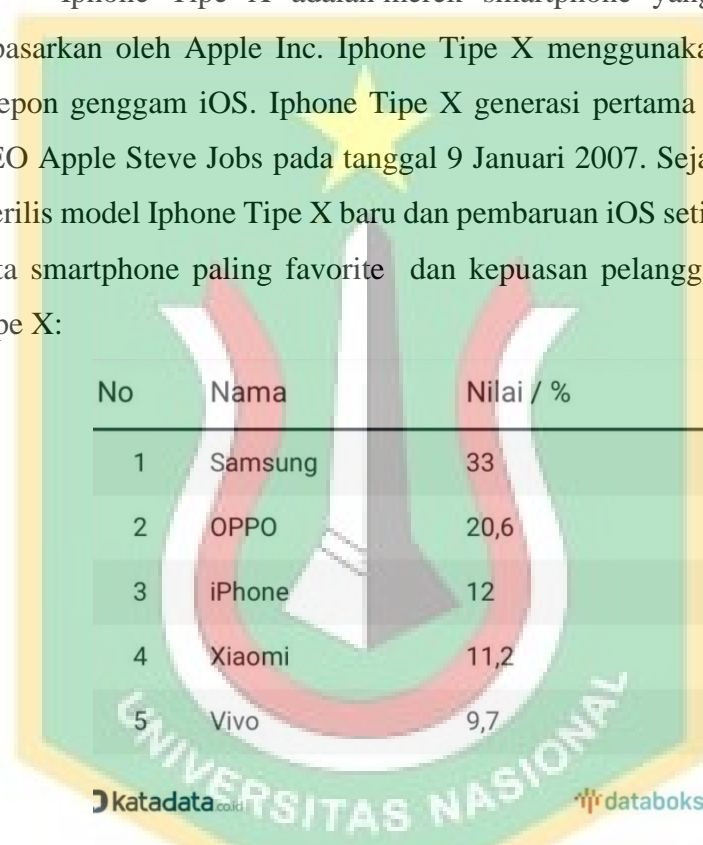
Konsumen di Indonesia saat ini sangatlah kritis dalam membeli, tawaran produk yang sangat banyak membuat konsumen semakin selektif dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Seperti sekarang ini persaingan di dunia elektronik khususnya persaingan smartphone, smartphone saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pilihan smartphone yang semakin hari semakin banyak membuat konsumen semakin bebas menentukan pilihannya, produk mana yang dapat memikat dan membuat konsumen membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang tepat.

Strategi dilakukan perusahaan supaya produknya mampu bersaing dengan perusahaan smartphone yang lainnya, karena persaingan smartphone sekarang ini sangat ketat apalagi dengan munculnya perusahaan smartphone baru. Selain itu, strategi bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk smartphone paling terbaru.

Dalam era komunikasi, informasi dan teknologi ini, baik perusahaan – perusahaan smartphone sangat membutuhkan kemampuan baru agar perusahaan dapat berhasil secara kompetitif. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini dijadikan tolak ukur sebagai daya saing perusahaan menurut (Supranto. J., 2001). Hasil penelitian dalam (Balqiah, 2002). Oliver menyatakan bahwa pengalaman pembelian yang memuaskan menjadi salah satu alasan untuk tetap tertarik pada produk tersebut, yang pada akhirnya mengarah pembelian ulang. Pelanggan yang puas mungkin juga memberitahu pada yang lain tentang pengalaman yang menguntungkan mereka, dengan demikian menghasilkan informasi dari mulut ke mulut yang positif.

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi Tatangin, (2017).

Iphone Tipe X adalah merek smartphone yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. Iphone Tipe X menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS. Iphone Tipe X generasi pertama diumumkan oleh CEO Apple Steve Jobs pada tanggal 9 Januari 2007. Sejak saat itu, Apple merilis model Iphone Tipe X baru dan pembaruan iOS setiap tahun. Berikut data smartphone paling favorite dan kepuasan pelanggan merek Iphone Tipe X:



Gambar 1. 1

Smartphone paling favorit di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022 (08 Juni 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 yang terdiri dari 5 perusahaan smartphone pada tahun 2022, Samsung dinobatkan menjadi smartphone terfavorit di Indonesia pada tahun 2022. Merek ini mendapatkan skor Top Brand Index (TBI) tertinggi sebesar 33%. Data ini dilakukan oleh pihak Top Brand Index (TBI) dengan dilakukanya survei terhadap 8.500 responden yang terdiri dari 6.000 responden, 1.700 sampel booster, dan 800 sampel booster B2B.

Sedangkan Iphone Tipe X sendiri menduduki posisi ke 3 setelah Samsung dan OPPO. Iphone Tipe X hanya memperoleh skor yang diberikan oleh Top Brand Index (TBI) sebesar 12%. Artinya terdapat masalah dalam kepuasan konsumen yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen, persepsi harga, citra merk, dan kepercayaan konsumen.

Faktor pertama yang diindikasikan mempengaruhi kepuasan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Putra, 2017). Apabila kualitas suatu produk baik maka konsumen akan merasa senang karena produk tersebut mampu melampaui harapannya. Artinya semakin baik kualitas suatu produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Relevan dengan pernyataan tersebut hasil penelitian, kualitas produk Iphone berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen yang dilakukan (Maryanto, 2021).

Faktor yang kedua diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Harga merupakan total uang yang diberikan pada pembeli untuk barang atau jasa (Shafitri, 2021). Persepsi harga merupakan suatu proses dimana konsumen menginterpretasikan nilai harga atau atribut barang dan jasa yang diharapkan, saat konsumen mengevaluasi dan meneliti harga produk ini sebagian besar dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri (Malik, 2012). Persepsi harga yang tinggi menandakan tingginya harapan akan barang tersebut sesuai dengan biaya yang mahal sehingga tingkat keputusan juga semakin meningkat. Artinya semakin baik persepsi konsumen atas harga suatu produk maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Relevan dengan pernyataan tersebut hasil penelitian, strategi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Keihin Indonesia yang dilakukan (Pakerti, 2017).

Faktor yang ketiga diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra merek. "Citra merek adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen" citra

merek yang mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen yang artinya ketika salah satu konsumen sudah membeli suatu barang dan konsumen itu menyukai dari faktor kualitas, dipercaya, manfaat, harga dan citra nya pasti konsumen itu akan selalu membeli barang tersebut (Schiffman, 2007). Citra merk yang baik akan membuat konsumen bangga dalam mengkonsumsi produk tersebut. Artinya semakin baik citra merk dimata konsumen maka semakin puas konsumen tersebut. Relevan dengan pernyataan tersebut hasil penelitian, kualitas produk Iphone pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen yang dilakukan (Maryanto, 2021).

Faktor yang ke empat diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan adalah objek, atribut, dan manfaat dari pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen (Caniago, 2022). Kepercayaan konsumen yang tinggi menandakan manfaat dari produk tersebut telah sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen yakin dalam mengkonsumsi produk tersebut. Artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen akan suatu produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya. Sebuah penelitian terdahulu yang pertama dinyatakan oleh Setiawan (2013) mengemukakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa dengan meningkatkan kepercayaan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sebuah penelitian terdahulu yang kedua dinyatakan oleh Widodo (2005) dalam penelitiannya pun menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul dari penelitian ini adalah “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SMARTPHONE IPHONE TIPE X DI JAKARTA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan Iphone Tipe X agar menjadi brand favorit dan nilai penjualan juga meningkat. Dari masalah penelitian tersebut, maka disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta?
4. Apakah Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta
4. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Tipe X di Jakarta

2) Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai kepuasan pelanggan.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan merek Iphone Tipe X dalam membuat strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

