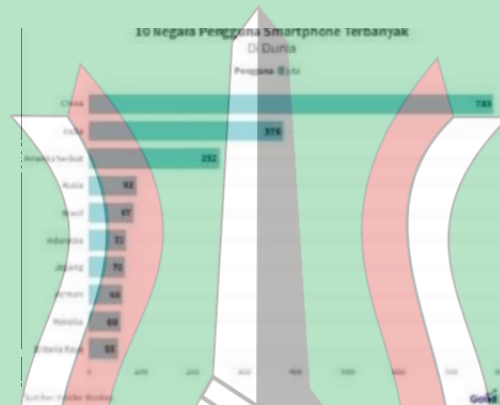


BABI PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Industri ponsel cerdas (*smartphone*) di Indonesia kini sedang berkembang dengan cepat. Segala lapisan masyarakat, mulai dari yang berpenghasilan rendah hingga tinggi, bisa menggunakan ponsel untuk berbagai tujuan, seperti urusan pekerjaan, keluarga atau kebutuhan lainnya. Dengan semakin majunya zaman dan teknologi, banyak merek ponsel baru mulai muncul untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Berikut ini adalah data mengenai pengguna ponsel cerdas di Indonesia sesuai laporan dari Goodstats tahun 2023.



Sumber: Data Sekunder, Goodstats 2023

Gambar 1. 1 Data Pengguna Smartphone di Indonesia

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, dengan jumlah 277 juta jiwa menurut *Worldometers* per 8 Agustus 2023. Indonesia berada di posisi keenam dalam jajaran negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak, mencapai 73 juta pengguna. Jumlah ini diperkirakan akan mengalami kenaikan menjadi 115 juta pengguna pada 2027 mendatang. Hal tersebut tentu menjadi peluang bagi *brand* besar lain untuk menjajaki bisnis mereka kedalam pasar Indonesia.

Salah satu brand yang tetap menjadi pilihan utama hingga saat ini adalah Apple, dengan produknya yang ikonik yaitu iPhone. Meskipun telah banyak model baru yang dirilis, iPhone 11 masih memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk tersebut berhasil menciptakan kesan yang kuat di hati pengguna. Walaupun persaingan dalam industri *smartphone* semakin ketat seiring

dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya kebutuhan konsumen akan perangkat komunikasi canggih. Sebagian besar konsumen merasa bahwa produk ini memiliki kualitas yang unggul, baik dari segi performa, kamera, maupun daya tahan. Namun, tidak sedikit juga yang mempertimbangkan harga, karena produk Apple dikenal memiliki banderol yang relative tinggi dibandingkan pesaingnya.

Kepuasan pelanggan adalah hubungan yang berkaitan dengan menciptakan nilai bagi pelanggan. Kepuasan ini memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, memberikan dasar yang kuat bagi kepuasan pelanggan, serta membentuk rekomendasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Selain itu, kepuasan juga bisa memicu minat pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja produk di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau bahkan senang (Kotler dan Keller, 2018). Kepuasan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja. Kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada usaha menghilangkan atau menyempitkan kesenjangan antara harapan dan kinerja (Rio Sasongko, 2021).

Pada tahun 2024, peminat produk Apple turun di bawah produk Samsung. Berikut data yang di dapat untuk smartphone terpopuler di Indonesia pada tahun 2024:



Sumber: Goodstats.id

Gambar 1. 2 Data Smartphone terpopuler di Indonesia

Di tahun 2024, Samsung berhasil menjadi top brand nomor 1 untuk smartphone dengan Top Brand Index (TBI) sebesar 34,7%. Di posisi kedua adalah Apple dengan 26,7% dan di peringkat ketiga adalah Vivo dengan 10,5%.

Dalam beberapa tahun terakhir, upaya menjaga kepuasan pelanggan telah dilakukan hal ini bertujuan untuk menunjang penjualan dari produk Iphone. Market share yang tinggi dan konsisten menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya melakukan pembelian awal, tetapi juga melakukan pembelian berulang. Pelanggan yang puas cenderung loyal dan akan terus memilih merek yang sama, sehingga berkontribusi pada stabilitas dan pertumbuhan market share. Sebaliknya, jika produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan beralih ke kompetitor dan market share akan menurun. Berikut data *Market Share Smartphone di Indonesia* tahun 2021 hingga 2023 yang tersaji dalam tabel 1.1

Tabel 1. 1 Market Share Smartphone di Indonesia (Persentase)

Vendor	Market Share(%)		
	2021	2022	2023
Iphone	8.46	10.61	11,81
Samsung	24.19	20.48	16.98
Xiomi	20.27	18.82	15.06
Vendor	2021	2022	2023
Oppo	21.86	20.79	17.17
Vendor	2021	2022	2023
Vivo	13.46	14.33	12.72
Realme	6.56	7.89	7.12

Sumber: Data Sekunder, Statcounter 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.1 tersebut, terlihat dinamika persaingan yang menarik dengan tren yang berlawanan antara pemain utama. Selama 3 tahun tersebut iphone tidak mampu masuk kedalam 3 besar, bahkan nilai market share juga berada dibawah 15%. Pergeseran peringkat ini mencerminkan dinamika kepuasan pelanggan dimana peningkatan market share berarti peningkatan loyalitas dan kepercayaan konsumen, sementara penurunan market share berarti menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah intensitas kompetisi yang meningkat.

Artinya terdapat masalah dalam kepuasan pelanggan Iphone yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan Iphone agar menjadi Merk smartphone yang

paling diminati dan dapat bertahan dalam persaingan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Iphone untuk meningkatkan penjualannya adalah dengan melakukan inovasi secara berkelanjutan serta memperbaiki kualitas produknya. Kualitas produk yang superior dalam hal performa, desain, dan reliabilitas menciptakan foundation kepercayaan yang kemudian membentuk persepsi harga yang positif, dimana konsumen menilai bahwa harga premium yang dibayar sesuai dengan value yang diterima. Citra merek Apple yang prestisius berfungsi sebagai halo effect yang memperkuat persepsi kualitas produk dan membenarkan strategi premium pricing, menciptakan psychological value yang melampaui functional benefits. Hal ini menciptakan customer satisfaction yang holistik karena memenuhi kebutuhan fungsional melalui kualitas produk, kebutuhan ekonomis melalui perceived value for money, dan kebutuhan psikologis melalui brand prestige, sehingga menghasilkan overall satisfaction yang tinggi dan sustainable customer loyalty.

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan dan desain produk yang semuanya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Produk dengan performa tinggi, desain menarik dan daya tahan yang baik akan mendorong konsumen merasa puas atas pembelian mereka.

Selain itu, persepsi harga juga memegang peran penting. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) persepsi harga adalah bagaimana konsumen memandang harga suatu produk, apakah dianggap mahal, murah atau sesuai dengan nilai yang diperoleh. Ketika konsumen merasa harga yang dibayar sepadan dengan manfaat yang diperoleh, maka kepuasan pun meningkat.

Kemudian terdapat faktor lain yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu citra merek. Menurut Kotler dan Keller (2016) citra merek adalah persepsi tentang suatu merek yang tercemin dalam asosiasi merek yang ada dalam memori konsumen. Sebuah brand yang sudah dikenal dan memiliki citra yang positif

tentunya akan menimbulkan ketertarikan yang pada akhirnya akan berujung pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut maka judul dalam penelitian ini adalah **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Iphone 11)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan Iphone agar menjadi Merk smartphone yang paling diminati dan dapat bertahan dalam persaingan. Dari masalah penelitian tersebut, maka disusunlah pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan iPhone 11.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai kepuasan pelanggan.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha Iphone 11 dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi produk favorit dan dapat bertahan dalam persaingan.

