

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tuntutan akan kebutuhan informasi yang sangat cepat dan mudah membuat para produsen yang bergerak dibidang komunikasi tertarik untuk melakukan inovasi baru dengan menciptakan alat komunikasi yang praktis, salah satunya yaitu dengan menciptakan telepon seluler (ponsel) atau lebih dikenal dengan sebutan *handphone*. Perkembangan teknologi telepon seluler yang semakin pesat, baik dari segi kehandalan, peralatan, kualitas produk maupun layanan yang terus berkembang menarik perhatian masyarakat sehingga masyarakat tertarik dengan kualitas yang diinginkan. Sebagai produsen produk teknologi, produsen ponsel tidak akan pernah berhenti mengembangkan kemampuan produknya. Karena persaingan yang semakin ketat, memaksa produsen *handphone* untuk terus berinovasi agar perusahaan produsen tidak *collapse*.

Kondisi yang harus dipenuhi perusahaan agar berhasil dalam persaingan berusaha mencapai tujuan menarik dan mempertahankan pelanggan. Setiap bisnis perlu dapat memahami perilaku konsumen di pasar sasarnya karena kelangsungan bisnis sebagai organisasi yang peduli dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumen (Tjiptono, 1997:19). Kualitas produk menjadi alasan lainnya bagi konsumen untuk membuat keputusan dalam membeli suatu produk. Kualitas produk merupakan totalitas fitur serta ciri produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang eksplisit maupun implisit (Kotler dan Keller, 2009: 143). Citra merek merupakan persepsi dan keyakinan kepada sekumpulan merek yang timbul di benak pelanggan (Sari, 2013). *Brand image*

atau citra merek adalah perwujudan keseluruhan pandangan terhadap merek, hal tersebut terbentuk melalui informasi serta pengalaman konsumen terhadap merek suatu produk. (Pradipta, 2012).

Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Menurut Monroe dalam Sari (2012) harga merupakan pengorbanan ekonomi yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Dari perspektif pemasaran, harga adalah ukuran moneter atau ukuran lain yang ditukar dengan kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang dan jasa. (Dinawan, 2010).

Kotler dan Armstrong dalam Wiratama (2012), menyatakan harga juga merupakan bagian yang paling fleksibel dari bauran pemasaran, tidak seperti fitur produk dan tanggung jawab dealer, harga dapat berubah dengan cepat. Ponsel, dalam fungsinya yang semestinya sebagai alat komunikasi, memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Seiring dengan perkembangannya, ponsel telah mengalami banyak perbaikan yang lebih kompleks. Inovasi yang terus berkembang menjadikan handphone sebagai alat komunikasi atau smartphone yang cerdas (Hadayani, 2014). Kelebihan smartphone dibandingkan handphone pada umumnya adalah terdapat banyak fitur yang memudahkan pengguna untuk terkoneksi dengan internet. Samsung adalah salah satu merek smartphone paling populer di Indonesia (Millward, 2014).

Menurut Interenational Data Cooperation (IDC) pada tahun 2018 Samsung berada pada peringkat teratas smartphone yang paling laris di Indonesia. Di Indonesia walaupun terdapat banyak *brand* smartphone yang ada di pasaran, tetapi Samsung tetap berada pada peringkat teratas dibandingkan dengan *merk-merk* smartphone lainnya. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk adalah hal utama yang harus diperhatikan serta pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk.

Tingginya minat konsumen terhadap pembelian ulang membawa dampak positif terhadap suatu perusahaan. Kepuasan konsumen biasanya dapat diukur berdasarkan kualitas dan harga yang terjangkau (Amin DwiFitradi, 2015).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Prawira dan Yasa (2014) dari Universitas Udayana dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar”. Persamaannya adalah menggunakan variable yang sama yaitu kualitas produk, citra merek dan persepsi harga. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya dilakukan pada pengguna smartphone Samsung di kota Denpasar. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada pengguna smartphone Samsung di kota Banda Aceh.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan smartphone Samsung di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen.
3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis sendiri dengan adanya penelitian ini diharapkan mendapatkan pengertian lebih mendalam baik secara teori dan pengaplikasian nya dalam dunia perusahaan yang sesungguhnya.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan brand extension, kualitas produk dan layanan serta dapat menjadi pertimbangan untuk perbaikan yang sudah ada pada perusahaan.
3. Bagi peneliti berikutnya dan bagi perguruan tinggi hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau acuan untuk perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta bagi peneliti selanjutnya.