

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

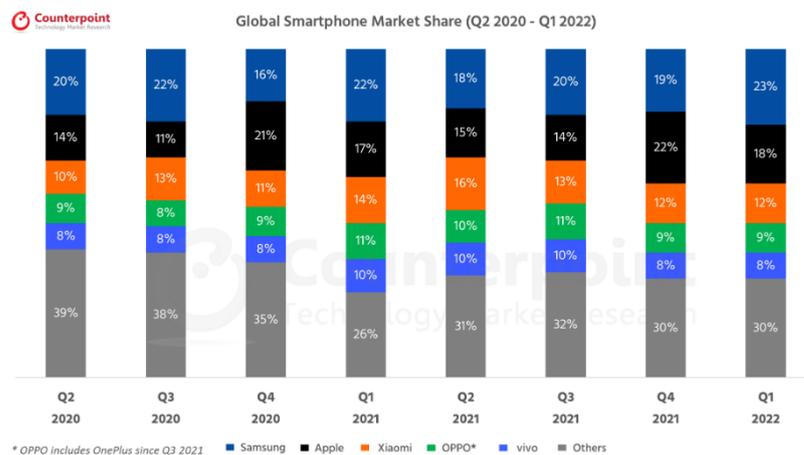
Pesatnya perkembangan industri telekomunikasi menuntut perusahaan di bidang telekomunikasi untuk terus menghasilkan produk yang inovatif demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk telekomunikasi tersebut adalah *smartphone* atau sering disebut telepon pintar yang saat ini menguasai pasar penjualan perangkat telekomunikasi di dunia, karena dengan adanya *smartphone* memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi dan berkomunikasi dalam keadaan apapun. Peluang ini dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang elektronik untuk menciptakan *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen dituntut untuk mempunyai kreatifitas terhadap produknya, produsen berlomba-lomba memenangkan hati konsumen dengan menciptakan produk dengan kualitas yang baik agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan dinilai kompeten apabila dapat melihat celah untuk mempromosikan produknya dengan citra merek yang baik agar menjadi pilihan utama konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi sebuah merek dilirik oleh konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi salah satu cara perusahaan untuk mengalahkan para pesaing. Perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik dapat tumbuh dengan pesat dibanding kompetitornya yang terlebih dahulu memproduksi dan memasarkan produk yang serupa.

Setelah konsumen melihat kualitas produk yang baik konsumen akan mempersepsikan apakah harga dari produk yang ditawarkan tersebut dapat memberikan manfaat yang sesuai bagi konsumen. Melalui beberapa faktor yang telah disebutkan, perusahaan dapat memberikan rasa puas kepada konsumen dan berdampak terhadap loyalitas konsumen atas produk tersebut.

Terdapat beberapa merek *smartphone* yang beredar di seluruh dunia. Merek tersebut dibuat oleh berbagai negara untuk memenangkan pasar internasional dalam rangka mendatangkan keuntungan ekonomi yang maksimal. Merek *smartphone* tersebut antara lain: Samsung, Oppo, Apple, Xiaomi, Vivo, Realme dan sebagainya. Melihat peredaran market share merek *smartphone* secara global, dapat dilihat tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Global Smartphone Market Share**

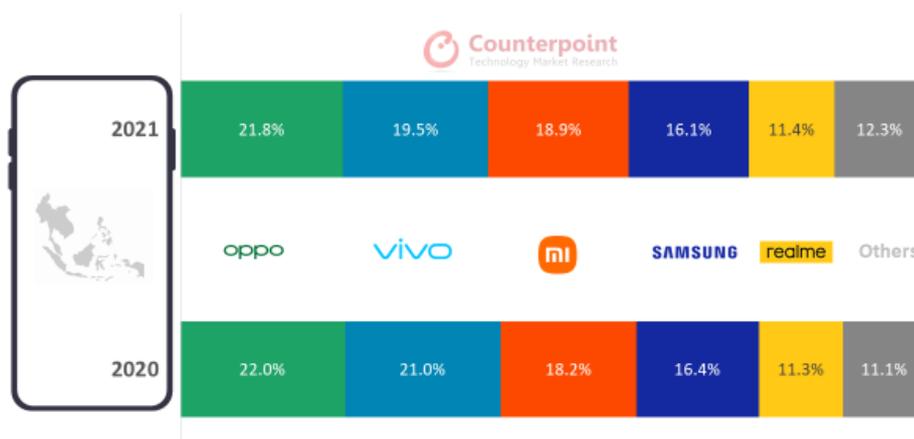


Sumber:(Counterpoint, 2022)

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa penjualan *smartphone* merek Oppo memiliki posisi strategis dan mampu bersaing dengan merek besar yang lain. Oppo menempati posisi ke-4 teratas sebagai *smartphone* yang berhasil diedarkan secara

internasional. Terlihat dalam tabel ini, Oppo menjadi merek favorit di pasar internasional dengan menguasai 9% pangsa pasar pada kuartal 4 tahun 2021-kuartal 1 tahun 2022. Kemudian untuk melihat secara lebih detail penjualan merk Oppo di Indonesia, dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Smartphone Market Share in Indonesia**



Sumber: (Counterpoint, 2022)

Tabel diatas menunjukkan penjualan *smartphone* merek Oppo menempati peringkat pertama selama tahun 2020 di Indonesia menghasilkan 22% *marketshare*. Berbeda pada tahun 2021, Oppo dapat mempertahankan posisi tersebut dengan 21,8% penguasaan *marketshare* diatas Vivo, Redmi, Samsung dan merek yang lainnya. Tahun 2021 penjualan Oppo mengalami sedikit penurunan, namun merek *smartphone* asal Tiongkok tersebut tetap memiliki tempat di pasar Indonesia. Penguasaan pasar di Indonesia, Oppo mampu menunjukkan potensi yang besar dalam menjangkau minat konsumen.

Alasan peneliti mengambil objek Oppo dalam penelitian ini dikarenakan *smartphone* Oppo memiliki kualitas yang tidak jauh berbeda dengan *smartphone* merek lain. *Smartphone* Oppo juga memiliki kualitas seperti kamera yang auto fokus. *Smartphone* Oppo sendiri tidak kalah dengan merek lain, terbukti RAM dengan kapasitas yang mampu menjalankan *processor* dengan baik dan lancar ketika digunakan. Produk Oppo dalam segi harga menawarkan dengan harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. *Smartphone* Oppo menjadi merek *smartphone* Oppo terlaris di tahun 2021, dengan pangsa pasar sebesar 20,0% di Indonesia, hal ini dapat disimpulkan bahwa *smartphone* Oppo banyak diminati oleh banyak konsumen.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Tamamudin (2017) dan Wahyu *et al.*, (2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamamudin (2017) yaitu adanya penambahan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen yang diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Wahyu *et al.*, (2018) dan objek, subjek yang diteliti.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan peneliti melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Citra Merek, Persepsi Pada Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Merek Oppo.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?
2. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo?
6. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo?
8. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?
9. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?
10. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Setelah dirumuskan masalah yang akan dianalisis maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.

10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. **Manfaat Teoritis:** Penelitian ini diharapkan agar dapat memperkaya khasanah penelitian ilmu pengetahuan tentang pengaruh citra merek, persepsi pada kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan referensi untuk penelitian berikutnya di bidang pemasaran, khususnya menjelaskan mengenai pengaruh citra merek, persepsi pada kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. **Manfaat Praktis:** Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan produknya dari segi citra merek, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.