

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhannya alat berkomunikasi berperan besar didalam setiap aspek masyarakat menggunakan sarana komunikasi di era sekarang mencakup telepon rumah, *handphone* jadul, *email* bahkan *internet*. Padahal kini masyarakat beralih keseringan memakai *smartphone* didalam berkomunikasi tiap harinya, sebab *smartphone* begitu praktis dan mudah di bawa serta dipakai dimana-mana disaat pemakai sedang ingin memakainya, dengan kemajuannya teknologi *smartphone* pun juga bisa dipergunakan misalnya *e-mail*, *chatting*, serta berkomunikasi lain dengan *internet*. Ragam bentuknya dapat dibawa kemana-mana dan *smartphone* mengandung lengkapnya dengan itu *smartphone* ialah pilihan yang tepat.

Dalam beberapa tahun terakhir pasar *smartphone* saat ini berkembang sangat pesat dan mengingat bahwa saat ini *smartphone* sudah dijadikan sebagai *lifestyle* masyarakat modern. Ada pemakai yang punya lebih dari satu *smartphone*. Inovasi dibidang *mobile* sudah menciptakan pesatnya pasar industri. Berkembangnya teknologi yang berubah-ubah sudah memaksa perusahaan berinovasi, hingga bermunculan beragam merek *smartphone* yang berbeda-beda. Begitu banyaknya *smartphone* yang di jajakan dipasaran menciptakan ketatnya perkompetisian.

Tiap produsen memproduksi *smartphone* dengan bentuk yang makin bagus serta aplikasi dengan kelengkapan dan kecanggihan, supaya konsumen merasakan kesenangan dan kepuasan saat memakainya. Kini banyaknya

perusahaan yang berkompetisi memproduksi *smartphone* dengan tambahan kelengkapan fitur dengan harga bersaing, dari yang murah hingga ke yang mahal.

Kualitas produk sebagai unggulnya produk yang mendefinisikan terkait kemampuan produk itu didalam pemenuhan spesifikasinya. Bila konsumen berkeinginan mendapatkan rasa puas, tentunya produknya haruslah dengan kualitas yang tinggi. Kualitas produk ialah aspek penting yang dijadikan pertimbangan konsumen, sebelum terjadinya pembelian sebuah produk (Ismail Razak, 2019:1).

Kualitas pelayanan yakni aspek didalam pertahanan berbisnis serta memenangi persaingan. Pelayanan produk dinilai atas kemampuan produk itu didalam memerikan layanan dengan memuaskan pelanggan. Bila dirasakannya layanan relevan dengan harapan, tentunya kualitas pelayanan dianggap baik serta memuaskan (Andreyani et al., 2019:149).

Didalam dunia perbisnisan produk dibidang komunikasi berkompetisi agar bisa mencuri perhatian masyarakat serta melakukan pembelian serta memakai produknya. Menyebabkan penyedia jasa diharuskan bekerja lebih giat dengan tujuan produknya bisa dijual dipasaran. Konsumen pun lebih tercuri perhatiannya atas penawaran produknya.

Dengan lajunya pertumbuhan *smartphone* yang didalam kecanggihan teknologi membuat makin ketatnya berkompetisi. Misalnya hadirnya *smartphone* “Tirai Bambu” China, yakni merek *Realme*. Walaupun sebagai pendatang baru *Realme* ialah merek yang berkembang dan sudah aktif dipasaran Indonesia sepanjang setahun belakangan ini. Sepanjang periode ini, di Indonesia *Realme* sudah mengeluarkan beragam seri ponsel. Salah satu tipenya adalah *Realme C2*.

Harganya murah, tetapi tipe C2 juga memiliki kelebihan dan kekurangan dalam kualitas produknya.

Masalah kualitas untuk jenis tipe *Realme C2* menjadi salah satu penyebab turunnya kualitas produk adalah dikarenakan *spec* yang terlalu rendah dan sering mengalami *crash* saat digunakan untuk membuka aplikasi lain yang membutuhkan *spec* yang tinggi. Sehingga, banyak masyarakat menggantikan tipe seri yang lebih baik dari *Realme C2*. Mampunya produk didalam menggerakkan keseluruhan ciri serta manfaatnya, misalnya durabilitasnya, reanilitasnya, tepatnya, kemudahannya dalam mengoperasikan serta mereparasi produknya. Kualitas produk yakni mampunya saat menjalani fungsi serta kualitasnya yang bisa diukur dengan tanggapan konsumen terkait kualitasnya, hingga bisa memengaruhi seleranya (Fahmi & Suwitho, 2019:2).

Tabel 1.1 Data penjualan Realme C2 Periode Jan – Des 2020

Bln	Target	Realisasi	selisih	%
Jan	150	127	23	15.3%
Feb	150	113	37	24.6%
Mar	150	133	17	11.3%
Apr	150	90	60	40%
Mei	150	104	46	30.6%
Jun	150	143	7	4.6%
Jul	150	110	40	26.6%
Aug	150	70	80	53.3%
Sept	150	102	48	32%
Okt	150	139	11	7.3%
Nov	150	89	61	40.6%
Des	150	119	31	20.6%

Sumber: G2 Mobile, 2021

Pada tabel 1.1, data penjualan kualitas produk Realme C2 pada Januari realisasinya 127 (15.3%), pada Februari realisasinya 113 (24.6%), pada Maret realisasinya 133 (11.3%), pada April realisasinya 90 (40%), pada Mei realisasinya

104 (30.6%), pada juni realisasinya 143 (4.6%), pada Juli realisasinya 110 (26.6%), pada Agustus realisasinya 70 (53.3%), pada September realisasinya 102 (32%), pada Oktober realisasinya 139 (7.3%), pada November realisasinya 89 (40.6%), pada Desember realisasinya 119 (20.6%). Pada Januari – desember 2020 penjualan smartphone Realme menunjukkan kualitas produk dari *spec* yang rendah sering mengalami *crash* ketika saat membuka aplikasi lain contohnya aplikasi yang lebih tinggi dari kapasitas *spec* yang direkomendasi.

Tabel 1.2 Data komplain terkait kualitas pelayanan pada *Realme C2* periode Januari – Desember 2020

Bln	Jumlah Komplain Kualitas Pelayanan	Persentase Jumlah Komplain
Jan	25	8,36%
Feb	13	3,90%
Mar	15	4,33%
Apr	14	4,11%
Mei	18	5,46%
Jun	10	4,05%
Jul	21	6,52%
Aug	16	4,74%
Sept	19	5,79%
Okt	13	3,90%
Nov	27	9,32%
Des	24	7,95%
Total	215	68,43%

Sumber : G2 Mobile, 2021

Pada tabel 1.2 data komplain kualitas pelayanan pada *Realme C2* pada Januari jumlah komplain sebanyak 25 dan persentase 8,36%, pada Februari jumlah komplain sebesar 13 dan persentase 3,90%, pada Maret jumlah komplain 15 dan persentase 4,33%, pada April jumlah komplain 14 dan persentase 4,11%, pada Mei jumlah komplain 18 dan persentase 5,46%, pada Juni jumlah komplain 10 dan persentase 4,05%, pada Juli jumlah komplain 21 dan persentase 6,52%, pada

Agustus jumlah komplain 16 dan persentase 4,74%, pada September jumlah komplain 19 dan persentase 5,79%, pada Oktober jumlah komplain 13 dan persentase 3,90%, pada November jumlah komplain 27 dan persentase 9,32%, dan pada Desember jumlah komplain 24 dan persentase 7,95%. Dari penjelasan diatas, Jumlah komplain pada pengguna *Realme* C2 dari Januari – desember totalnya 215.

Berdasar permasalahan yang terjadi diatas pada pelanggan produk *Realme* adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan masih harus dikembangkan. Kedua itu menjadi faktor yang bisa dipertimbangkan didalam kepuasan pelanggan *Smartphone Realme*. Karena ada kualitasnya yang kurang baik sampai banyak terjadinya *return* pada setiap pengguna *smartphone Realme* tiap tahun. Dan juga untuk kualitas pelayanan untuk setiap pengguna *smartphone Realme* masih kurang memuaskan pengguna produk itu. Sebab itu penelitian ini begitu penting dilangsungkan dan membuat peneliti tertuju melangsungkan penelitian berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA SMARTPHONE REALME DIKOTA BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar penguraian permasalahan, diidentifikasi permasalahannya, yakni :

1. Kurangnya kualitas produk pada produk *smartphone Realme* sehingga pengguna tidak merasakan kepuasan yang cukup nyaman.
2. Jumlah komplain pada tiap bulan meningkat dan menurun akan mempengaruhi kualitas pelayanan pada produk tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Berdasar latar belakang permasalahan, ruang atau waktu dibatasi penulis agar masalah yang dianalisis bisa terarah dan tepat sasaran. Fokus penelitian ini pada *smartphone* merek *Realme*. Penulis meneliti terkait pengaruhnya kualitas produknya dengan kualitas pelayanannya terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan *smartphone Realme* di kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Dirumuskanlah permasalahannya yakni:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* dikota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* dikota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada pengguna *smartphone Realme* dikota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuannya dilakukannya penelitian ini yakni :

1. Mengetahui pengaruhnya kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.
2. Mengetahui pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.

3. Mengetahui pengaruhnya kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Di harapkan bisa membawa wawasan terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan berharap bisa dijadikan tambahan perusahaan untuk tetap mengevaluasikan dan mengembangkan kemajuan usaha agar bisa meraih tujuan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Bagi perusahaan bisa dijadikan evaluasi serta perbaikan supaya bisa meraih tujuannya dan hasil penelitian ini bisa memerikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan bersangkutan.