BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman semakin maju ini ditandai dengan perkembangan industri yang semakin tingginya tingkat persaingan yang semuanya tidak terlepas dari peningkatan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu tugas pemasaran menjadi semakin penting dan juga ujung tombak untuk setiap perusahaan. Untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan menjawab tingkat persaingan yang semakin bertantangan, maka diperlukan suatu pengembangan pasar yang terintegrasi.

Pemasaran merupakan sebuah aktivitas utama yang di lakukan oleh para pengusaha dalam usaha bisnis nya untuk memperkembangkan dan mendapatkan keuntungan. Keberhasilan atau kegagalan dalam pencapaian tujuan ini tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi dan layanan serta dibidang lain nya. Selain itu juga tergantung pada kemampuan pengusaha untuk melakukan beberapa variasi lain nya agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Menurut Assauri (2011), untuk memenuhi suatu kualitas produk yang diharapkan maka harus ditetapkan suatu standardisasi kualitas, dan beritikad untuk mempertahankan suatu kualitas produk yang diciptakan dapat menepati standardisasi yang telah ditetapkan agar konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap kualitas produk yang diciptakan tersebut. Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

Menurut Weenas (2013), kualitas produk adalah beberapa faktor yang akan dipikirkan konsumen sebelum membeli suatu produk, salah satunya yaitu kualitas produk yang baik dan diandalkan, oleh karena itu menciptakan suatu kualitas produk yang baik akan selalu tertanam dipikiran konsumen. Selain itu, konsumen juga semakin ketat terhadap apa yang diterima dan diharapkan dari suatu produk. Jika produk tidak memenuhi dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka perusahaan akan kehilangan konsumen potensialnya. Dari penjelasan diatas diketahui bahwa kualitas produk adalah satu dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk yang tepat dengan keinginan dan selera konsumen. Produk yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, harus cepat ditanggapi oleh perusahaan dengan mengembangkan produk yang tepat dengan yang diharapkan oleh konsumen.

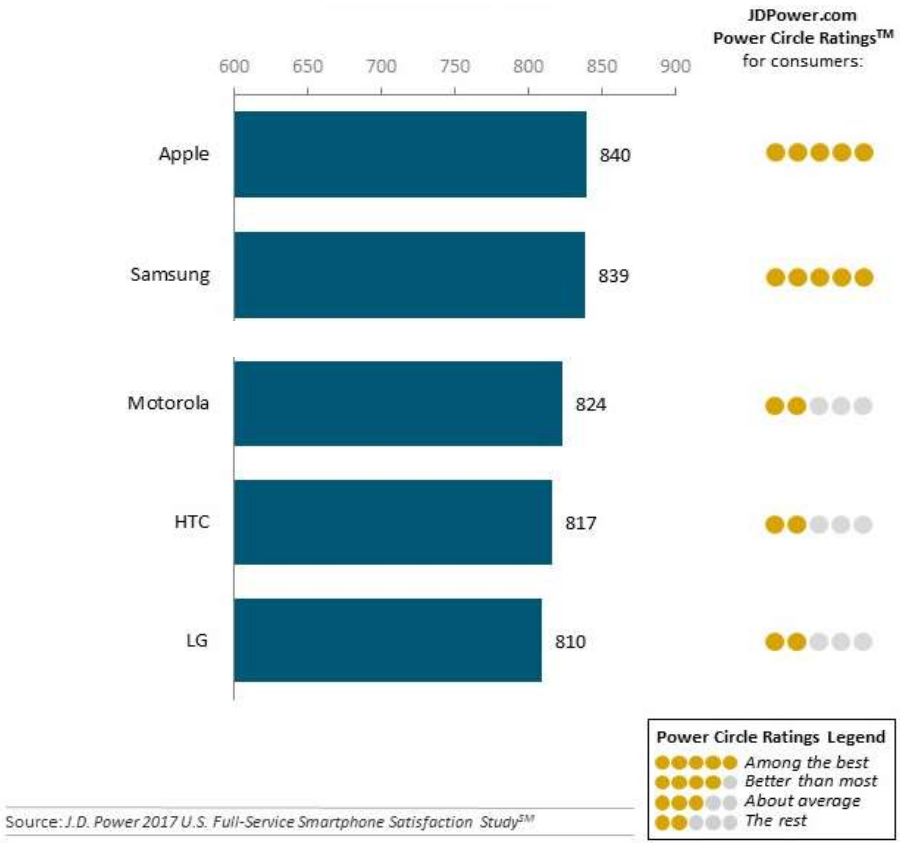
Mencapai kepuasan konsumen akan memberi manfaat bagi perusahaan, terutama di sektor bisnis dengan memberikan dan mempertahankan suatu kualitas produk yang memuaskan maka konsumen berniat untuk pembelian kembali barang dan jasa yang telah digunakan. Kepuasan juga akan memperkuatkan *mouth-to-mouth communication* yang merasa puas dapat berupa memperkenalkan kepada konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang produk yang telah dikonsumsi, Daryanto & Ismanto Setiabudi (2014: 39-40). Maka dari itu, memaksa perusahaan untuk dapat menepati kebutuhan konsumen dengan menciptakan kepuasan konsumen. Karena konsumen memiliki suatu kepuasan terhadap produk yang telah dikomsumsi mereka tidak akan berhenti melakukan pembelian berulang.

Hasil dari evaluasi pasca adalah kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk yang telah digunakan. Setelah mengkonsumsi suatu produk, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang dikonsumsinya, Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2014: 190).

Dari kualitas produk dan kepuasan konsumen tersebut akhirnya menciptakan sesuatu loyalitas karena kepuasan akan menciptakan suatu niat bagi konsumen untuk melakukan pembelian berulang pada suatu produk yang telah dikomsumsinya, Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2014: 190). Menurut Irawan & Japarianto (2013), kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang berarti bahwa kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang akan berdampak kepada loyalitas konsumen. Didalam penjelasan penelitian dari Lombok & Semarang (2012), seorang konsumen diikatkan menjadi loyal apabila mereka melakukan pembelian berulang secara teratur. Mempertahankan loyalitas konsumen menjadi kewajiban yang harus diutamakan oleh sebuah perusahaan. Suatu loyalitas akan dibentuk dari kepuasan konsumen dengan produk yang telah digunakan dimana kebutuhan konsumen dipenuhi maka akan diciptakan sesuatu loyalitas. Dalam sebuah usaha bisnis sangatlah penting untuk mampu menciptakan, mempertahankan hingga meningkatkan loyalitas konsumen, salah satunya adalah *smartphone* iPhone.

Tingkat persaingan yang tinggi dalam bidang teknologi telekomunikasi terutama di *smartphone* yang dalam tahun-tahun terakhir ini. Salah satunya adalah *smartphone* iPhone. iPhone adalah jajaran telepon seluler pintar yang pertama diperkenalkan dan dipasarkan oleh Apple Inc pada tanggal 29 Juni 2007. iPhone

menggunakan sistem operasi iOS yang Apple yang dikenal dengan nama "iPhone OS". Telepon seluler pintar yang dapat antarmuka penggunanya yang layarnya dikembangkan secara menyeluruh dan multisentuh, termasuk sebuah papan ketik virtual. Setiap individu sangat memerlukan sebuah teknologi *smartphone* untuk mempercepatkan dan mengembangkan kehidupan individu maupun kelompok. *Smartphone* merupakan produk teknologi yang canggih, modern dan inovatif bagi setiap individu. Sekarang sebuah *smartphone* bukan lagi hanya sebagai sebuah alat berkomunikasi tetapi sudah berupa bagian dari gaya hidup lingkungan seseorang. Dari hasil survei yang dilakukan oleh J.D. Power ditemukan bahwa:



Gambar 1.1 Hasil Survei J.D. Power

iPhone memiliki tingkat kepuasan terbesar dari para penguna daripada *smartphone* lainnya. Produk iPhone Apple peringkat tertinggi dalam kepuasan keseluruhan dalam segmen operator layanan penuh (840), diikuti oleh Produk Samsung (839). *Smartphone* iPhone menempati peringkat tertinggi secara keseluruhan dalam kinerja dan fitur dimensinya. Survei ini dilakukan di Amerika Serikat dan dilakukan dari bulan Oktober 2016 hingga Januari 2017, terhadap 4,130 pengguna smartphone telah memiliki *smartphone* mereka saat ini selama kurang lebih dari satu tahun. Berdasarkan hasil tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengkaji apakah hasil yang sama juga berlaku di kota Batam oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pengguna Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Batam)"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tingginya tingkat persaingan di produk *smartphone*.
2. Banyaknya produk *smartphone* baru yang diluncurkan dan beredar di pemasaran *smartphone*.
3. Banyaknya fitur/variasi produk *smartphone* baru yang di *launching* oleh produk pesaing.

1.3. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi diatas dapat disimpulkan pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen yang digunakan adalah kualitas produk.
2. Variabel independen yang digunakan adalah kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.
3. Responden penelitian adalah mahasiswa univesitas di kota Batam yaitu berada di Universitas Putera Batam, Universitas Internasional Batam, dan Universitas Politeknik Batam yang pernah membeli dan menggunakan *smartphone* iPhone.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mahasiswa universitas di Kota Batam?
2. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen mahasiswa universitas di Kota Batam?

1.5. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dalam penelitian ini memiliki tujuan masalah sebagai berikut:

1. Untuk menemukan seberapa tinggi tingkat kualitas produk berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen yang pemakaian *smartphone* iPhone.

2. Untuk menemukan seberapa tinggi kualitas produk pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang pemakaian *smartphone* iPhone.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian

   Sebagai penambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, terutama mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan dan juga loyalitas konsumen serta teori-teori yang ditemukan selama melatih kemampuan berpikir secara sistematis.

2. Bagi Universitas Putera Batam

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi pemikiran untuk peneliti dimasa yang akan datang tentang kualitas produk, kepuasan dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Perusahaan Apple

   Sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi Apple untuk lebih meningkatkan kualitas produk dimasa yang akan datang dalam hal mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen bagi perusahaan Apple.

4. Bagi Penelitian Berikut

   Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah manfaat dan kontribusi pemikiran untuk peneliti dimasa yang akan datang tentang

kualitas produk, kepuasan dan loyalitas konsumen.