

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi seperti sekarang ini, secara tidak langsung akan mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Kebutuhan informasi yang semakin cepat dan juga komunikasi secara global telah mendorong terjadinya persaingan yang kompetitif antar perusahaan dalam upaya menguasai pasar.

Industri telepon seluler mengalami perkembangan yang pesat. Telepon seluler dulunya merupakan barang mewah sehingga kelompok tertentu yang bisa menikmatinya, sekarang dengan mudah mendapatkannya. Bahkan perangkat hardwarenya juga memanjakan konsumen dengan diproduksinya telepon yang dapat digunakan untuk GSM dan CDMA. Bahkan masyarakat secara umum dengan perkembangan tersebut pemakaian jasa pelayanan dari sms, internet, bahkan 4G juga semakin meningkat, memenuhi kebutuhan layanan komunikasi yang semakin berkembang.

Pasar smartphone di Indonesia saat ini di kuasai oleh smartphone bersistem operasi android dan iOS. Berbagai merek smartphone seperti Advan, Nokia, OPPO, Vivo, dan lain-lain mencoba bersaing dalam pasar smartphone dan mempromosikannya sehingga konsumen dihadapkan dengan berbagai jenis smartphone dengan harga dan kualitas serta merek yang berbeda. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut.

Hal ini pun berlaku pula di dalam persaingan industri Telepon Seluler atau Handphone. Hermawan (2004) mengatakan bahwa teknologi yang melayani dan mengakomodasi manusia secara keseluruhan. Bukan sekedar teknologi canggih yang diciptakan untuk “kecanggihan itu sendiri”.

Dinamika persaingan bisnis di dunia telekomunikasi yang semakin ketat antara berbagai kegiatan dalam menghasilkan dan menjual produknya, memberikan pengaruh terhadap pandangan bahwa perusahaan harus memberitahukan dan memperkenalkan produknya agar konsumen terdorong untuk membeli produk perusahaan yang mereka promosikan. Persaingan yang terjadi saat ini tidak hanya terjadi pada segi produk saja, tetapi lebih ditentangkan pada fungsi-fungsi atau fitur tambahan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan seperti model kemasan, layanan purna jual, pelayanan yang diberikan, promosi, iklan, dan fitur-fitur lainnya yang cukup dihargai oleh konsumen. Dengan semakin banyaknya merek ponsel yang beredar dipasar Indonesia, hal ini akan membingungkan konsumen untuk memilih merek mana yang lebih baik untuk dirinya.

Pada dasarnya mahasiswa membeli smartphone digunakan untuk menunjang komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa membutuhkan alat komunikasi yang efektif dan efisien. Dari sekian banyak smartphone yang beredar, Xiaomi merupakan smartphone yang mempunyai kualitas dan harga yang terjangkau dibandingkan dengan harga merek lainnya. Xiaomi senantiasa mampu menerapkan inovasi dan terkini pada produk-produk mereka dengan teknologi yang terkini.

Oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya peningkatan penjualan pada smartphone Xiaomi. Hal ini terbukti berdasarkan data dari IDC penjualan smartphone yang mengalami peningkatan dari Kuartal 1 2017 sampai dengan Kuartal 1 2018, salah satunya smartphone Xiaomi. Untuk melihat data penjualan smartphone dengan merek tertentu dengan lebih rinci dapat kita lihat pada tabel yang ada dibawah ini.

Tabel 1.1

Data Penjualan Smartphone Xiaomi

Worldwide Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share and Year-over-Year Growth, Q1 2018 (shipments in millions)

Company	1Q18 Shipment Volume	1Q18 Market Share	1Q17 Shipment Volume	1Q17 Market Share	Year-Over-Year Change
Samsung	78.2	23.4%	80.1	23.3%	-2.4%
Apple	52.2	15.6%	50.8	14.7%	2.8%
Huawei	39.3	11.8%	34.5	10.0%	13.8%
Xiaomi	28.0	8.4%	14.8	4.3%	87.8%
OPPO	23.9	7.1%	25.8	7.5%	-7.5%
Others	112.7	33.7%	138.3	40.2%	-18.5%
Total	334.3	100.0%	344.4	100.0%	-2.9%

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, May 2, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan penjualan smartphone Xiaomi di tahun 2018 sebesar 8,4% yang sebelumnya pada tahun 2017 mengalami penurunan penjualan sebesar 4,3%.

Semakin banyak merek dan spesifikasi yang ditawarkan oleh suatu produk, harga yang ditawarkan pun beragam. Mulai dari harga yang terjangkau, yang sesuai dengan kualitas. Kualitas adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Artinya, suatu barang atau jasa dinyatakan berkualitas apabila karakteristik barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan memiliki ukuran atau dimensi tertentu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Kualitas produk yang bagus dan dipercaya senantiasa akan tertanam dibenak konsumen maka dari itu smartphone Xiaomi memberikan kualitas yang mumpuni untuk beberapa tipe smartphone Xiaomi diberi desain menarik, modern, dan futuristic dengan pilihan warna yang menarik.

Kepuasan konsumen memiliki arti suatu perasaan yang dimiliki oleh seseorang jika produk yang dibeli (barang/jasa) sesuai dengan harapan. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama perusahaan, karena dengan adanya kepuasan pelanggan maka akan terjadi pembelian ulang terhadap produk yang dihasilkan.

Harga produk sangat berhubungan dengan kualitas produk itu sendiri. Jika kualitas produk adalah yang terbaik, tentunya harganya akan berada diatas rata-rata. Sebaliknya jika produk berkualitas sedang atau rendah, harganya pun akan mengikuti. Harga merupakan variabel terpenting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk.

Tabel 1.2

Daftar Harga Tipe Smartphone di Indonesia

Merek	Harga
Xiaomi Redmi A6	Rp 2.500.000
Samsung A50	Rp 5.000.000
Oppo F11	Rp 4.500.000
Vivo V15	Rp 4.000.000
Iphone X	Rp 19.000.000

Sumber: <https://id.priceprice.com>

Dari tabel harga diatas maka dengan banyaknya merek smartphone yang ditawarkan menyebabkan persaingan yang sangat ketat dalam menarik minat beli konsumen. Diketahui juga bahwa harga jual smartphone Xiaomi sangat terjangkau dengan memberikan produk kualitas terbaik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS**

PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen smartphone Xiaomi?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen smartphone Xiaomi?
3. Apakah Harga dan Kualitas Produk mempunyai berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen smartphone Xiaomi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga dari smartphone Xiaomi terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dari smartphone Xiaomi terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk berpengaruh bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen smartphone Xiaomi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian in adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan keilmuan tentang manajemen pemasaran, khususnya tentang kualitas produk, meningkatkan penjualan, dan kepuasan konsumen.

2. Bagi pembaca

Dapat dijadikan sebagai acuan atau salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

1.5. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perlu adanya batasan masalah serta ruang lingkup agar dalam melakukan penelitian hanya berfokus pada harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini di bahas mengenai kepuasan konsumen, kualitas produk, harga, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel,

tempat dan waktu penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data dan pembahasannya secara lengkap

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berupa kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian.

