

BAB I

PENDAHULUAN

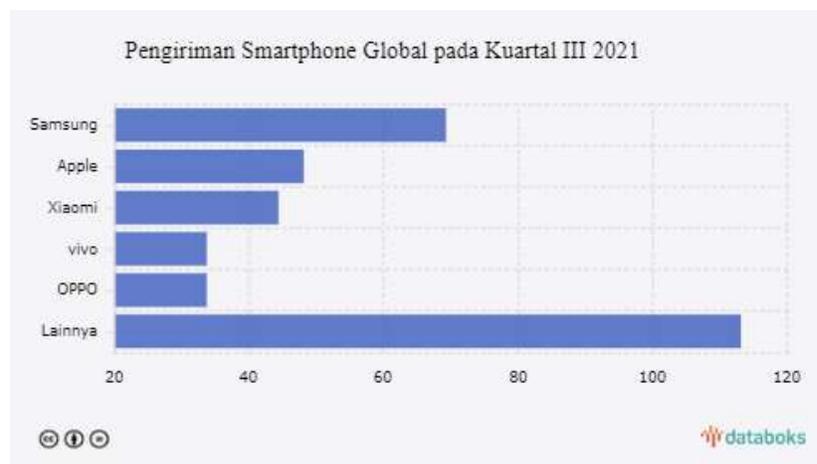
1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam perkembangan zaman industry atau Teknologi 4.0 maka setiap perusahaan Teknologi atau Elektronik berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang canggih dan bermanfaat untuk manusia. Di dalam elektronik itu jenisnya beraneka ragam yaitu laptop, computer, notebook, televisi, handphone dll. Perusahaan elektronik terutama handphone di Indonesia bahkan di dunia bersaing menciptakan teknologi atau sistem handphone yang canggih

Pertumbuhan produk smartphone memang luar biasa didukung data pertumbuhan produk internasional termasuk di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat Indonesia khususnya yang hidup di wilayah perkotaan mulai mengalami perubahan gaya hidup. Saat ini produk smartphone yang mulai banyak diperkenalkan oleh beberapa perusahaan. hal tersebut dilakukan agar bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumennya dan benarbenar menjadi target setiap perusahaan smartphone. Di dalam smartphone yang dapat membantu dalam berbagai hal dan mempermudah pekerjaan dan aktifitas kita sehari-hari contoh nya ada layanan media social seperti whatshap, instagram, facebook, telegram, gmail,dll. yang dapat kita pergunakan secara bijak dan bertanggung jawab setiap dalam hal, pembelian handphone juga melihat kualitas seperti kamera nya yang bagus dan spek hanphone seperti ram handphone fitur-fitur hanphone yang menarik dan canggih. Pelanggan selain melihat dari kwalitas nya mereka juga melihat dari citra merk nya, seperti xiaomi, oppo, vivo, realme, Samsung Galaxy, iphone dll. Dari bergam merk produk hp diatas pasti perusahaan mempunyai cara tersendiri dalam hal bersaing dengan produk lainya yaitu dengan cara inovasi produk contoh system keamanan handphone iphone yang sudah canggih bila handphone Samsung Galaxy S7 hilang bisa terdeteksi keberadaanya ram hp nya lebih baik dalam membaca system aplikasi handphone Samsung Galaxy di diseain untuk kenyamanan pengguna jaringan nya sudah menggunakan system 5G. dengan beragam nya produk dan inovasi produk atau kelebihan dari produk

handphone yang akan membuat pelanggan merasa puas atau terpenuhi kebutuhannya selain itu pelanggan dari produk handphone juga melihat dari kualitas pelayanannya. Karena semakin baik pelayanannya maka akan terbentuk kepuasan pelanggan di saat pemilihan atau pembelian produk handphone, terjadi masalah seperti lamanya saat pengisian baterai harga seperempat handphone Samsung Galaxy masih sangat mahal dan masih terbatas.

Peneliti tertarik menggunakan objek penelitian handphone Samsung Galaxy dikarenakan handphone Samsung Galaxy memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan handphone android lainnya. Selain itu handphone Samsung Galaxy sudah memiliki citra merek yang sudah dikenal di kalangan masyarakat umum. Mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa menggunakan handphone produk Samsung Galaxy untuk berkomunikasi, belajar, mengupdate hal-hal baru dan bias juga untuk usaha di bidang apapun. Dan peneliti tertarik dikarenakan handphone Samsung Galaxy mempunyai keunggulan seperti lini produk yang teratur, mulai dari lini produk Samsung Galaxy Galaxy S7, S8, S9, dan yang paling terakhir S10. Service center Samsung Galaxy mudah ditemukan oleh pelanggan handphone Samsung Galaxy dan handphone Samsung Galaxy selalu update produk baru di setiap tahunnya diantaranya Samsung Galaxy Galaxy S22+, Samsung Galaxy Galaxy A03, Samsung Galaxy Galaxy Xcover 5.



Gambar 1.1 pengiriman global pada kuartal III 2021 (Sumber databoks.katadata.co.id)

Dari data diatas, peneliti melihat penjualan produk handphone produk Samsung Galaxy menempati posisi pertama dari produk lain. Hal ini membuktikan bahwa produk Samsung Galaxy mempunyai daya tarik seperti kualitas produk, *brand equity* dan inovasi produk yang lebih kreatif dibandingkan produk handphone lainnya.

Kualitas produk menurut Puspita, Widha dan Wijaya (2017) adalah salah satu yang mempengaruhi persepsi konsumen terkait rancangan produk atau proses. Dalam menciptakan kualitas produk makanan yang menarik tentunya konsumen akan puas terhadap bisnis kuliner. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong dalam Anggraeni, Evanita dan Sofya (2018) kualitas adalah karakter sebuah produk maupun jasa yang dapat mempengaruhi kemampuan sebuah produk untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas berdampak langsung terhadap kinerja produk, hal ini membuat kualitas memiliki hubungan erat terhadap kepuasan pelanggan.

Merek adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi suatu produk, karena merek dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan. Merek yang baik adalah merek yang dapat membedakan dirinya ,dengan merek dari perusahaan lain. Bagi perusahaan merek adalah salah satu aset penting dalam pemasaran sebuah produk ataupun jasa. Sehingga dalam pemasaran, perusahaan akan berusaha membangun dan mempertahankan merek agar dapat dikenal dan diakui keberadaannya oleh konsumen. Persaingan yang ketat mengakitbatkan banyak merek yang mulai tidak dikenal atau diingat konsumen. Hal ini disebabkan konsumen mulai berpindah ke produk lain yang lebih baik dimata konsumen. Oleh karena itu, *brand equity* merupakan hal yang patut diperhatikan. Pengertian brand equity menurut Kotler dan Keller dalam jurnal dansyah (2017) : “Ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa, nilai ini biasanya dicerminkan dalam cara konsumen berfikir, merasa dan bertindak terhadap merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang dimiliki perusahaan.”

Didalam sebuah produk dan merek atau *brand* memiliki sebuah Inovasi produk yaitu inovasi yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai inovasi produk baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan inovasi produk baru kotler dan keller (2013),inovasi

tidak hanya terbatas pada pengembangan inovasi produk baru. Inovasi, tapi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Inovasi produk sendiri diharapkan dapat membuat sebuah produk yang inovatif yang memudahkan banyak orang dan memuaskan para pelanggan agar mau membeli produk tersebut.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya tidak akan bisa terwujud apabila pelanggan belum mencoba dan melakukan proses pembelian terlebih dahulu. Sedangkan menurut Tjiptono (2018:80), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Konsumen yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga (Kotler & Keller, 2016:128)

kualitas produk dari handphone Samsung Galaxy seperti kamera yang jernih, layar touchscreen, jaringan internet yang sudah memiliki 5G dan lain sebagainya hp Samsung Galaxy saat ini memiliki fitur-fitur yang inovatif yaitu seperti *hole punch display* yaitu menggunakan layar fullscreen dengan satu titik di atas sebagai kamera depan kemudian *dual aperture* pada kamera yaitu memiliki dual kamera sehingga kualitas foto jauh lebih tajam dan jernih dalam pengambilan selanjutnya ada inovasi *stylus pen* atau pengguna fitur pena external untuk sebuah layar handphone Samsung Galaxy, kemudian inovasi berikutnya dari Samsung Galaxy adalah layar edge atau *edge screen* dan terakhir ada layar lipat atau *flip screen* atau layar yang bisa dilipat tetapi tetap bisa digunakan. , Samsung Galaxy memiliki *brand equity* dimana nilai dari Samsung Galaxy adalah dari kebutuhan untuk memperbaiki Handphone Samsung Galaxy lebih mudah dan dapat di temui dari banyak gerai.

Kualitas produk dari Samsung Galaxy, *brand equity*, dan inovasi produk menjadi kepuasan pelanggan sudah tidak diragukan lagi dari handphone Samsung Galaxy. Handphone produk Samsung Galaxy selain mempunyai

keunggulan atau kelebihan handphone produk Samsung Galaxy mempunyai kekurangan atau masalah diantaranya satu, layar handphone Samsung Galaxy sensitive. Jika terjadi tekanan yang berlebih yang dilakukan oleh pengguna handphone Samsung Galaxy membuat layar tidak bisa digunakan seperti semula. Kedua, fungsi baterai tidak maksimal dikarenakan usia pemakaian baterai tidak tahan lama. dan terakhir, Harga sparepart atau suku cadang handphone cukup mahal. Mayoritas mahasiswa STEI Jakarta jurusan Manajemen mempunyai merek Samsung Galaxy dengan berbagai type pada tahun ajaran 2021 ada 3.378 mahasiswa yang terdaftar. Oleh sebab itu penulis ingin menulis dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Equity* Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Samsung Galaxy (Studi Kasus Mahasiswa Stei Jakarta)**

1.2 Perumusan masalah

Perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah *brand equity* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand equity* terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanga

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai referensi seseorang dalam menggunakan handphone produk Samsung Galaxy dalam hal kepuasan pelangan.

2. Bagi peneliti

Sebagai tambahan wawasan peneliti dan diharapkan dari hasil penelitian ini bias menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya

3. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi supaya perusahaan handphone produk Samsung Galaxy dapat membuat pelanggan tertarik dan timbul rasa puas ketika atau setelah menggunakan handphone produk Samsung Galaxy