

BAB I

PENDAHULUAN

Di dalam bab ini akan dikemukakan dasar dan alasan penyusunan penelitian mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern serta kemajuan teknologi komunikasi yang semakin pesat, hal tersebut menjadikan dunia telekomunikasi menghadapi persaingan yang cukup ketat. Masing-masing perusahaan teknologi telekomunikasi harus bisa mengembangkan produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat modern saat ini agar dapat tetap bertahan. Tingkat pergerakan (*turbulences*) lingkungan dan perkembangan teknologi yang sangat cepat, mengharuskan perusahaan untuk memiliki kemampuan adaptabilitas, yaitu kemampuan untuk sesegera mungkin menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*), baik pelanggan, supplier, maupun pihak lain yang mempunyai kekuatan pengaruh terhadap pasar.

Produk yang ditawarkan akan diterima atau tidaknya sangat tergantung pada persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi konsumen dalam merasakan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dapat

diukur melalui nilai yang dirasakan pelanggan. “Pelanggan mengestimasi tawaran mana yang paling tinggi menyerahkan nilai yang paling dirasakan dan bertindak pada estimasi tersebut dimana nantinya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan” (Kotler dan Keller, 2008). ”Jika perusahaan yang tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka maka akan ditinggalkan oleh pelanggannya” (Donovan et all, 2004). “Dan sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan” (Kotler dan Keller, 2008).

Produk menjadi instrumen yang vital untuk kesuksesan perusahaan modern. Perkembangan teknologi, meningkatnya kompetensi global, dan dinamika kebutuhan pasar yang sangat tinggi, mengharuskan setiap perusahaan harus sukses dalam melakukan pengembangan produk sehingga produk unggul, atau perusahaan gagal dalam bisnisnya. Dengan kata lain, perusahaan harus memperhatikan kualitas proses pengembangan produk dan cara membangun yang baik, sehingga dapat menghasilkan produk yang unggul sehingga dapat bersaing dengan produk lain dan unggul dalam persaingan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan

harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004 : 145).

Perkembangan dunia teknologi komunikasi yang semakin cepat menuntut suatu perusahaan untuk menghasilkan produk yang baik. Hal ini membawa keuntungan bagi kehidupan manusia terutama dalam dunia usaha saat ini. Para perusahaan teknologi komunikasi maupun perusahaan penunjang telekomunikasi terus mengembangkan produk dan program-programnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Sehingga kebutuhan serta keinginan untuk memiliki alat komunikasi ini sebut saja *handphone* semakin meningkat bahkan tidak hanya menjadi kebutuhan sekunder tetapi layaknya kebutuhan primer yang dapat dikatakan setiap orang wajib memilikinya. Jika pada awalnya *handphone* hanya berfungsi sebagai alat komunikasi biasa maka berbeda dengan sekarang, karena *handphone* telah menjadi suatu alat yang bisa memenuhi segala keingintahuan kita mengenai dunia luar karena adanya internet dan fitur lainnya yang disediakan dan biasa kita kenal dengan ponsel pintar (*smartphone*).

Smartphone adalah adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Saat ini ada banyak *smartphone* yang diluncurkan untuk memenuhi dan memuaskan konsumen diantaranya adalah Apple, Samsung, BlackBerry (RIM), Nokia, dll. Salah satu *smartphone* yang terkenal saat ini adalah *smartphone* Samsung seri Android. Samsung Android sudah menjadi ancaman yang cukup besar bagi

perusahaan *smartphone* lainnya. Masyarakat pun sangat meminati *smartphone* Samsung seri Andorid karena fitur-fiturnya yang sangat canggih seperti *touchscreen*, memiliki kamera depan dan belakang dengan kualitas gambar yang baik, kapasitas memori internal yang banyak dan mudah untuk digunakan.

Seperti dilansir *Forbes*, menurut survei American Customer Satisfaction Index (ACSI) yang mempelajari model *smartphone* secara individu, iPhone telah tergusur oleh model-model perangkat Android buatan Samsung. Posisi pertama dan kedua dalam ranking ACSI kini diduduki oleh Galaxy S III dan Galaxy Note II yang mengumpulkan skor 84 (skala 100). iPhone 5, iPhone 4S, dan iPhone 4 masing-masing duduk di urutan ketiga, keempat, dan kelima dengan perolehan skor 82, 82, dan 81. Adapun Galaxy S4 yang merupakan andalan terbaru Samsung belum diluncurkan saat survei tersebut digelar awal tahun ini. Direktur ACSI David VanAmburg mengatakan bahwa pengguna tertarik dengan layar berukuran besar pada ponsel-ponsel pintar Samsung. Berdasarkan dari penawaran harga dari perangkat produksi merek Korea ini juga dipandang layak. Terlebih, daftar 10 besar ponsel paling memuaskan (lihat tabel di bawah) dalam daftar ACSI diisi oleh Droid Razr Maxx HD dan Droid Razr dari Motorola, Galaxy SII dari Samsung, serta BlackBerry Curve dan Bold. (www.tekno.kompas.com)

Tabel 1.1

Kepuasan Pelanggan Smartphone 2013

Model	Manufacturer	ACSI Score (0 to 100 scale)
Galaxy S III	Samsung	84
Galaxy Note II	Samsung	84
iPhone 5	Apple	82
iPhone 4S	Apple	82
iPhone 4	Apple	81
Droid Razr Maxx HD	Motorola Mobility	80
Galaxy S II	Samsung	78
Droid Razr	Motorola Mobility	77
Curve	Blackberry	67
Bold	Blackberry	64

Sumber: www.tekno.kompas.com

Sebagai *smartphone*, Samsung seri Android hadir dengan berbagai atribut produk yang sangat menarik. Samsung Android memiliki kualitas yang baik dan dikemas dengan gaya serta desain yang sangat menarik dengan tampilan layar sentuh (*touchscreen*) dan memiliki kamera belakang serta depan. Selain itu, pada tipe-tipe Samsung Android tertentu memiliki layar dengan ukuran yang lebar, sehingga memudahkan pemakainya dalam melihat gambar maupun melakukan berbagai aktivitas menulis dan membaca teks. Samsung Android juga merupakan ponsel incaran banyak konsumen atau pembeli, karena dengan harga yang bervariasi ada yang murah dan mahal. Samsung merupakan perusahaan besar yang memproduksi berbagai elektronik. Salah satu dari produk Samsung yang laku pesat saat ini adalah *smartphone* yang disebut Samsung Galaxy, ponsel ini

dibekali OS android yang sudah banyak orang menggunakannya. Oleh karena itu, Samsung mampu bersaing dengan merek lainnya.

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang mengungkapkan variabel mana yang penting ataupun variabel yang dinilai tidak begitu berpengaruh atau bahkan tidak diperlukan dalam penelitian.

Tabel 1.2
Studi Empiris

Peneliti	Mohd Shoki. Bin Md.Ariff, et all Faculty of Management and Human Resource Development, Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia (2012)
Judul Jurnal	<i>Relationship Between Customers' Perceived Values, Satisfaction And Loyalty Of Mobile Phone Users</i>
Hasil Penelitian	- Faktor yang paling dominan mempengaruhi nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pengguna telepon selular adalah nilai emosional (koefisien korelasi 0,779, $p < .001$). Ini berarti bahwa nilai emosional memainkan peranan penting dalam menentukan kepuasan. - Nilai memainkan peran penting dalam mempengaruhi remaja untuk terus menggunakan ponsel dan tetap setia kepada perusahaan.
Nama Peneliti	Jillian C.Sweeney and Geoffrey N. Soutar
Judul Jurnal	<i>Consumer perceived value : The development of a multiple item scale (2001)</i>
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai emosional adalah nilai yang paling penting dan mempengaruhi konsumen dibanding ketiga nilai lainnya.

Sumber: *Reviewed Integrative Bussines and Economics vol. 1; Journal Retailing, Vol.77*

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka akan dilakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pengguna *Smartphone* Samsung Android”.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan pada judul dan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Bagaimana pengaruh nilai fungsional terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android?
2. Bagaimana pengaruh nilai emosional terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android?
3. Bagaimana pengaruh nilai sosial terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android?
4. Bagaimana pengaruh nilai harga terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh nilai fungsional terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android.
2. Untuk menganalisis pengaruh nilai emosional terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android.

3. Untuk menganalisis pengaruh nilai sosial terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android.
4. Untuk menganalisis pengaruh nilai harga terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung Android.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk mengaplikasikan teori-teori mengenai nilai yang dirasakan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna *Smartphone* Samsung Android.

2. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan dalam hal ini Samsung memperoleh masukan-masukan mengenai nilai yang dirasakan konsumen dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen *Smartphone* Samsung Android.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai sumber informasi dan referensi untuk menambah wawasan dan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terbagi dari beberapa sub bab:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai apa yang menjadi latar belakang penelitian, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dijelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dianalisis dan berhubungan dengan penelitian yang meliputi pemasaran, produk, nilai yang dirasakan, kepuasan konsumen, sepuluh prinsip kepuasan pelanggan, hubungan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan, pengukuran kepuasan pelanggan, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Mengemukakan tentang metode penelitian yang berisi jenis penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data, variabel dan pengukurannya, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab keempat merupakan bab yang membahas secara menyeluruh pokok permasalahan sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan. Dalam proses analisis dan pembahasan tentunya melibatkan teori yang menjadi landasan pikir dan perbandingan dengan kondisi nyata.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan disusun suatu simpulan dari suatu penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi peneliti lain.