

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

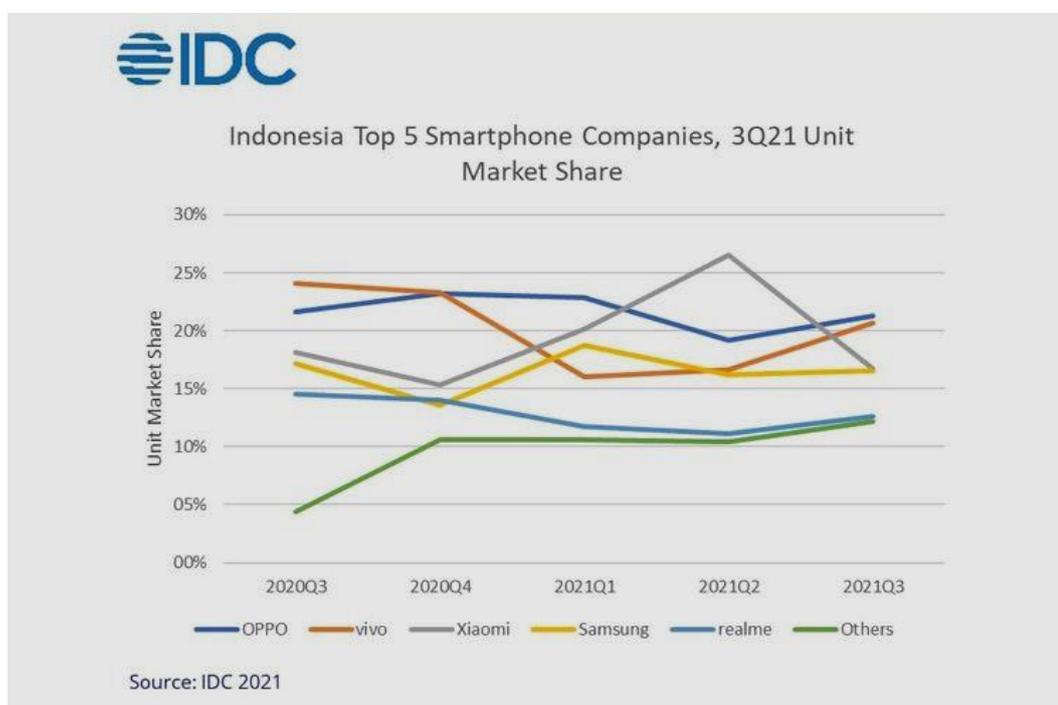
Arus globalisasi telah membawa dampak pada peradaban dan perkembangan kehidupan manusia. Globalisasi yang sekarang ini sedang melanda di berbagai negara di belahan dunia, memiliki segi positif diberbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Perkembangan zaman sebagai efek dari globalisasi ini terjadi karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju. Peralatan-peralatan canggih telah memberikan banyak manfaat dan keuntungan bagi manusia, sehingga manusia menjadi semakin mudah dalam menjalankan segala kegiatannya.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dirasakan pada saat ini dan banyak digunakan adalah dalam bidang telekomunikasi. Peralatan canggih dibidang teknologi komunikasi telah ada sejak abad ke-20. Pada masa ini peralatan seperti Handphone telah tercipta untuk memudahkan manusia dalam berkomunikasi satu sama lain. Seiring dengan berjalannya waktu, Handphone sebagai alat komunikasi telah berkembang menjadi peralatan yang semakin canggih. Tidak hanya dalam bidang komunikasi, handphone telah banyak dikembangkan dengan menyediakan berbagai fitur-fitur dan aplikasi yang menarik dan tentunya sangat memberikan manfaat bagi kehidupan manusia.

Sekarang ini, handphone tercipta dan berkembang tidak hanya satu merk saja. Banyak perusahaan-perusahaan elektronik yang mengembangkan dan meluncurkan produk-produk handphone. Produknya pun memiliki berbagai keunggulannya masing-masing. Perusahaan dalam meluncurkan produk baru tentunya disertai dengan fitur dan aplikasi yang lebih menarik dibanding dnegan produk lain. Perusahaan-perusahaan yang menciptakan hanphone memiliki persaingan ketat sehingga mereka tidak segan-segan menciptakan handphone dengan kualitas yang lebih bagus.

Penambahan fitur maupun *upgrade* versi terbaru dari handphone bertujuan agar perusahaan mampu memenangkan persaingan. Dimana pada saat ini, handphone dengan berbagai merk dan keunggulannya telah tersebar luas dipasaran. Ada handpone merk Nokia, Asus, Samsung, Vivo, Oppo, I-phone, dan Merek lainnya yang bersaing dipasaran.

Memang handphone sangat berguna bagi kehidupan manusia dilihat dari berbagai aspek seperti komunikasi, hiburan, layanan pendidikan, hingga saat ini yang paling berguna adalah dalam bidang ekonomi atau perdagangan. Handpone telah menyebar luas di seluruh belahan dunia, hingga saat ini pengiriman handpone ke Indonesia masih saja banyak, meskipun pada masa pandemi yang terjadi menurunkan pengiriman handphone ke Indonesia. Berdasarkan data yang diambil dari International Data Corporation (IDC) pengiriman Handphone ke Indonesia mengalami penurunan pada kuartal ke-III (Juli-September) dibanding dengan kuartal II. Pada Kuartal II pengiriman Handpone ke Indonesia mencapai 10,6 Juta Unit dan pada Kuartal III hanya mencapai 9,2 Juta Unit. Artinya ada penurunan sebesar 12,4%. Dari 9,2 Juta Unit tersebut, ternyata didominasi oleh 5 Vendor terbesar brand Handphone. Kelima vendor tersebut masing-masing dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber: IDC.2021

Gambar 1. Grafik Top 5 Vendor Handpone di Indonesia

Berdasarkan grafik tersebut dapat dilihat bahwa vendor pertama yang memiliki pasar paling tinggi yaitu 25%, diikuti oleh Handpone Vivo yang berada dibawah Handpone Oppo dengan memiliki pangsa pasar sebesar 20%, kemudian ada Xiaomi yang menduduki peringkat tiga dengan pangsa pasar sebesar 15%, kemudian Handpone Samsung dengan persentase pangsa pasar

sebesar 15%, dan terakhir adalah Handpone Realme sebesar 10%. Berdasarkan data IDC bahwa Vivo berhasil naik keperingkat kedua karena dapat meningkatkan hasil penjualannya secara offline dan mempertahankan persediaan produknya. Vivo masuk dalam *Ultra Low-end* karen Vivo dengan tipe Y1S turun hingga dibawah US\$ 100 serta mengambil peringkat kedua pada segmen low end dengan series Y (CNBC.com). Selanjutnya, berdasarkan data penjualan handpone pada tahun 2018-2021 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Persentase Hasil Penjualan Handpone di Wlayah Lampung Periode 2018-2021

No	Jenis Handpone	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Oppo	20%	19%	20,6%	22%
2	Vivo	7%	13%	21,2%	23%
3	Samsung	23%	22%	19,6%	18%
4	Xiome	22%	20%	17,9%	18%
5	Realme	-	11%	13,6%	12%
6	Lain-lain	28%	15%	7%	7%
Total		100%	100%	100%	100%

Sumber: www.detiknews.com.tahun 2022

Berdasarkan fenomena di atas dapat diketahui bahwa harga Vivo dengan tipe Y merupakan produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dengan harga yang relatif turun membuat konsumen khususnya mereka yang memiliki ekonomi menengah kebawah memilih Handpone ini. Menurut Joni (2020) bahwa penjualan Handpone merek Vivo di Lampung mengalami peningkatan ditahun 2021 dibandingkan tahun 2020. Vivo dinilai masyarakat memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang cukup baik. Vivo juga menawarkan banyak fitur-fitur menarik dan tentunya memiliki daya saing produk yang baik yakni dengan dilengkapi memori penyimpanan yang cukup besar. Dengan demikian konsumen akan puas dengan harga dan produk yang ditawarkan oleh Handpone Vivo.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pembeli atau konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian kembali (Loyalitas) terhadap produk Vivo. Menurut Hadi (2019) bahwa loyalitas konsumen merupakan suatu komitmen yang dimiliki oleh konsumen untuk menggunakan kembali layanan dan produk yang ada pada perusahaan tertentu dan berupaya untuk merekomendasikan kepada pihak lainnya. Pelanggan yang sudah loyal atau setia sulit sekali untuk berpindah ke pada produk lain yang belum tentu jelas

kualitasnya, dan memilih untuk tetap setia membeli produk di masa yang akan datang. Loyalitas konsumen dalam menggunakan produk ditandai dengan pembelian secara berulang terhadap suatu produk yang sejenis atau serupa pada sebuah perusahaan. Loyalitas konsumen dapat terbentuk manakala konsumen tersebut memiliki kepuasan terhadap produk yang dipakainya.

Menurut Tjiptono (2012:146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Dari kutipan tersebut menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu rasa puas yang dirasakan oleh seseorang atas barang atau jasa yang sesuai dengan harapan maupun melampaui harapan yang ia inginkan.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terjadi karena beberapa sebab diantaranya adalah produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik. Harganya terjangkau, dan proses pendistribusiannya cepat. Produk yang berkualitas merupakan produk yang sangat diinginkan oleh setiap konsumen. Spesifikasi produk pada perusahaan menjadi suatu pertimbangan pembeli. Produk terutama Handpone yang memiliki memori penyimpanan yang besar, kamera yang jernih, dan fitur lain yang menarik memberikan nilai tambah kepada kepuasan konsumen terhadap produk. Selain itu, harga merupakan suatu hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli barang sehingga konsumen puas dengan harga yang terjangkau dapat memperoleh produk yang cukup berkualitas. Hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk adalah proses pendistribusian. Barang yang sudah ada atau *Ready stock* menjadi incaran para pembeli dibandingkan produk yang masih dalam daftar pre order. Pendistribusian produk yang cepat dapat membuat pembeli puas dan nyaman untuk berbelanja kembali.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul” **Pengaruh Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pengguna Handphone Merek Vivo pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro**“.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah:

1. Produk yang berkualitas menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk
2. Konsumen masih terpaku dengan harga yang relatif tinggi.
3. Distribusi relatif lambat dalam pengadaan handpone menyebabkan pelanggan membeli produk lain.
4. Loyalitas pelanggan terhadap produk masih rendah dibuktikan dengan masih banyak pelanggan yang mencoba produk handpone keluaran terbaru.
5. Penelitian tentang pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap loyalitas pelanggan belum pernah dilakukan di tempat penelitian
6. Penelitian tentang pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening belum pernah dilakukan di tempat penelitian

C. Perumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh langsung produk terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung distribusi terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah terdapat pengaruh produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah terdapat pengaruh Harga secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah terdapat pengaruh distribusi secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa tujuan yang perlu diketahui yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung distribusi terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh distribusi secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam pembelian handphone merek vivo.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya, memberi pengetahuan pada kalangan akademis terutama yang berhubungan dengan keterkaitan suatu faktor terhadap loyalitas dan kepuasan pada suatu produk.

3. Bagi Peneliti

Selain sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat memperoleh wawasan mengenai ilmu manajemen pemasaran serta bahan aplikasi teori-teori yang diterima selama perkuliahan, sekaligus sebagai ilmu untuk dapat lebih memahami dan mendalami ilmu yang diperoleh.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian Pendahuluan memuat mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bagian Kajian Teoritik memuat mengenai landasan teori, hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian pada bab III memuat mengenai jenis Penelitian, objek penelitian dan lokasi penelitian, metode Penelitian, dan teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bagian pada bab IV memuat mengenai Gambaran umum perusahaan, hasil Penelitian, Deskripsi statistik, hasil prasyarat analisis, dan model analisis serta pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian pada bab V memuat mengenai Kesimpulan dan Saran .

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar literatur yang dikutip dalam penulisan proposal

LAMPIRAN-LAMPIRAN