

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia telekomunikasi merupakan sesuatu yang sangat penting saat ini di kalangan masyarakat. Mulai dari masyarakat bawah, menengah hingga atas. Maka dari itu industri telekomunikasi di Indonesia berkembang sangat pesat. Banyaknya permintaan pembeli yang membuat industri telekomunikasi semakin maju pesat di era yang cukup maju sekarang ini.

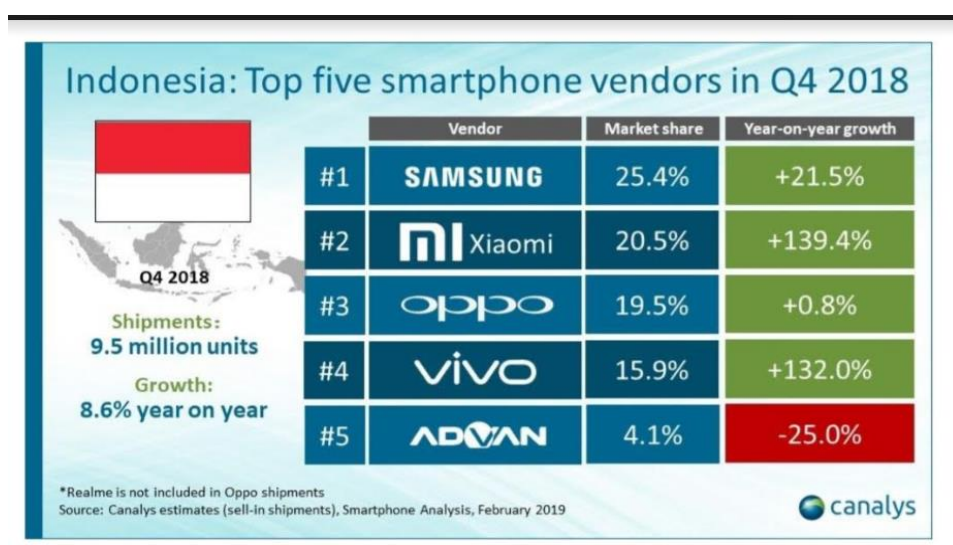
Timbulnya persaingan antar perusahaan dalam berupaya memenangkan kebutuhan masyarakat melalui produk yang memang sesuai sekarang ini juga semakin ketat. Ketatnya persaingan antar perusahaan telekomunikasi ini justru semakin memberikan manfaat untuk kalangan masyarakat karena persaingan tersebut memberikan masyarakat berbagai macam promosi dan layanan. Masyarakat dapat memilih produk handphone sesuai kebutuhan dan keinginan hati mereka. Ada pula faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan pemilihan handphone yaitu faktor budaya, faktor psikologis, faktor pribadi. Dalam pemilihan handphone, biasanya yang diminati oleh masyarakat adalah fitur-fitur yang semakin canggih pada handphone tersebut.

Ketika produsen handphone menawarkan produk yang memang memiliki fitur menakjubkan dan dapat memenuhi harapan dari konsumen, maka agar konsumen dapat memiliki handphone yang ditawarkan oleh produsen tersebut konsumen bersedia membayar lebih. Ketersediaan membayar itu disebut *willingness to pay*. Dimana seseorang rela membayar lebih demi mendapatkan sesuatu yang memang layak untuk dibayar lebih tersebut. *Willingness to pay* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu gaya hidup, merek mewah dan kualitas produk (Amelia, 2016). Gaya hidup adalah sekumpulan kebiasaan, pola pikir, dan pandangan yang dimiliki setiap orang dengan kadar masing-masing tidaklah sama.

Merek mewah merupakan sebuah merek yang dibuat dengan sangat baik, dibuat untuk kalangan sosial ekonomi menengah ke atas, dan memiliki harga tinggi. Pengertian dari merek mewah adalah kalangan orang yang memang membeli suatu produk tersebut dikarenakan persepsi mereka terhadap merek tersebut terkesan mewah. Selain itu ada juga kalangan orang yang berpersepsi bahwa setiap produk yang berlabel merek mewah selalu memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan dengan merek – merek lainnya. Kualitas produk itu sendiri menjadi tolok ukur atas keberhasilan perusahaan untuk mendukung agar produk tetap diminati dan tetap menjadi pilihan pelanggan. Merek menjadi salah satu penentu upaya perusahaan dalam mempengaruhi keputusan yang akan ditetapkan oleh pelanggan.

Merek ini mampu memberikan pedoman, jaminan, kekuatan, keyakinan, dan harapan kepada pelanggan bahwa ia akan terpuaskan. Jika pelanggan merasa puas terhadap handphone tersebut karena berbagai faktor, maka secara tidak langsung pelanggan akan membeli lagi dengan produsen yang sama. Hal ini disebut dengan loyalitas dari pelanggan terhadap suatu merek. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Hal itu akan mendorong pelanggan untuk bersedia membayar lebih terhadap suatu produk yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Teknologi handphone sekarang ini maju semakin pesat. Hadirnya merek-merek handphone yang menciptakan handphone yang sangat canggih. Salah satu merek yang menjadi merek dengan penjualan handphone tertinggi di Indonesia yaitu Samsung. Samsung memiliki penjualan tertinggi karena Samsung memiliki banyak sekali tipe handphone yang berseri. Hal ini dikarenakan adanya masyarakat Indonesia terdiri dari kalangan menengah ke atas dan menengah ke bawah. Maka dari itu Samsung memproduksi berbagai macam seri handphone dengan berbagai rentang harga dan berbagai fitur yang berbeda sesuai dengan kualitas dan harga masing-masing handphone. Untuk itu Samsung mendapatkan penjualan tertinggi di Indonesia.



Gambar 1.1 Presentase Penjualan Handphone di Q4 2018

Sumber: Pasar smartphone, 2018

Berdasarkan gambar 1.1 Samsung mendapatkan penjualan tertinggi di Indonesia yang berarti Samsung adalah merek yang paling diminati oleh penduduk Indonesia. Kecintaan masyarakat terhadap handphone Samsung menjadi kepuasan dan loyalitas tersendiri bagi masyarakat Indonesia sehingga pengembangan merek Samsung yang kuat mempengaruhi *willingness to pay* pada pelanggan. Kotler dan Armstrong (2018) bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang sesungguhnya dengan produk yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk, merek, atau jasa tertentu (Rangkuti, 2002:60). Jika pelanggan merasa puas dengan hasil produk yang diharapkan dan jasa yang diberikan, maka suatu hari pelanggan juga akan membeli produk tersebut di tempat yg sama tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari model penelitian Casidy dan Wymer (2016) meneliti mengenai *satisfaction, loyalty, willingness to pay*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu tidak adanya persepsi resiko yang diambil. Penelitian ini mengurangi satu variable yaitu *risk*. Penelitian ini lebih konsentrasi terhadap 3 variabel yang telah di uraikan di atas.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik menguji kembali dan mengembangkan penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk handphone Samsung?
2. Apakah loyalitas pelanggan terhadap *willingness to pay* pada produk handphone Samsung?
3. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *willingness to pay* melalui loyalitas pelanggan pada produk Samsung?
4. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *willingness to pay* pada produk handphone Samsung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan seseorang atau banyak orang terhadap loyalitas pelanggan pada handphone Samsung.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan terhadap willingness to pay pada produk handphone Samsung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap willingness to pay melalui loyalitas pelanggan pada produk Samsung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap willingness to pay pada produk Samsung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu ritel tentang kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan *willingness to pay*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajer perusahaan pada perusahaan ritel terutama yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap willingness to pay pada handphone. Sehingga dapat meningkatkan penjualan pada toko ritel tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini akan dijabarkan menjadi lima bab, yang telah tersusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB 1: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: Tinjauan Kepustakaan

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

BAB 3: Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, definisi variabel, pengukuran variabel, jenis, sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4: Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai deskripsi singkat tentang obyek penelitian, deskripsi data dan hasil serta pengolahan data berupa analisis dan pembahasan dari hasil yang diperoleh.

BAB 5:

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.