

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi di dunia globalisasi, Perubahan yang terjadi karena faktor teknologi dimana sekarang ini muncul *Smartphone* yang sangat canggih salah satunya yaitu Smartphone OPPO, dalam beberapa tahun terakhir saat ini *smartphone* atau sering disebut juga telepon pintar kini menjadi pilihan banyak orang banyak, karena dengan telepon pintar seluruh masyarakat di Indonesia bisa saling berkomunikasi dengan sesama dan bisa membuat sebuah bisnis baru misalnya seperti jualan *online* di sebuah aplikasi yang berada di ponsel pintar. Persaingan pangsa pasar modern sekarang ini menggunakan teknologi canggih misalnya seperti *smartphone*, salah satunya adalah *Smartphone* OPPO yang dirancang untuk kebutuhan sekunder serta produk OPPO memproduksi dan mengopersonalisasikan produknya demi memenuhi pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen untuk menciptakan sebuah usaha yang baru seperti usaha *online* jualan di aplikasi Shopee dan lain sebagainya (Siregar, 2019).

Sekarang ini *smartphone* menjadi alat komunikasi yang di pilih semua negara untuk berkomunikasi karena *smartphone* mudah dibawa kemana mana serta bisa dibuat kerja apapun itu, *smartphone* saling bersaing dan memperebutkan hati para pelanggan dengan cara memberikan harga yang terjangkau, mengandalkan citra merek yang dimilikinya, kualitas produk sangat diutamakan karena para konsumen memilih produk yang berkualitas baik dan kepuasan

konsumen juga harus di prioritaskan agar para konsumen loyal dalam memilih produk kita, selain itu perusahaan harus menysasar segmen pasar yang tepat agar menjadi salah satu kunci kesuksesan perusahaan *smartphone* untuk bertahan di industri *smartphone* Indonesia, seperti produk OPPO SAMSUNG dan VIVO selalu bersaing untuk menciptakan sebuah *smartphone* yang baik agar dipilih oleh para konsumennya (Dewi dan Suprapti, 2018).

Dalam penelitian ini saya meneliti tentang Pengaruh Citra merek Kualitas produk dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada (Studi kasus pelanggan *Handphone* merek OPPO di Demak). Loyalitas merupakan kesediaan pelanggan memilih berlangganan disebuah produk tertentu dengan jangka waktu yang panjang, dengan membeli produk OPPO dan menggunakan fasilitas OPPO secara berulang-ulang dan merekomendasikan kepada teman maka pelanggan tersebut bisa disebut loyal dengan produk OPPO tersebut. Lovelock (2014:96) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional para pelanggan dalam jangka pendek terhadap sebuah produk yang dinikmati oleh pelanggan, Pelanggan menilai kepuasan dan ketidakpuasan di dalam dirinya setelah pelanggan tersebut menggunakan fasilitas suatu produk tertentu. Citra merek memiliki peranan yang sangat penting bagi para pelanggan, merek mencirikan suatu produk yang lain misalnya merek OPPO dan Samsung kedua merek itu saling bersaing untuk dibeli oleh para pelanggan, seorangpelanggan harus mengerti soal merek karena bisa mempengaruhi suatu produk tertentu. Kotler dan Amstrong (2016:27) menyatakan bahwa Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu produk melaksanakan fungsinya meliputi

tentang kehandalan, Kemudahan, Daya tahan dan perbaikan produk yang sangat baik sekali. Harga merupakan suatu keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk tertentu, karena sekarang produk *smartphone* banyak sekali model-modelnya seperti produk merek OPPO, SAMSUNG dan VIVO dengan harga yang sangat terjangkau hal tersebut bisa menjadi keputusan pembelian oleh para pelanggan (Herawati dan Sulityowati, 2020).

**Tabel 1.1**

**Data Harga Smartphone OPPO, SAMSUNG, VIVO di Demak**

| No | Nama Produk                 | Harga         |
|----|-----------------------------|---------------|
| 1. | OPPO RENO 6 8/128           | Rp. 5.095.000 |
| 2. | OPPO RENO 5 8/128           | Rp. 4.999.000 |
| 3. | SAMSUNG GALAXY A52 8/128    | Rp. 4.999.000 |
| 4. | SAMSUNG GALAXY A33 5G 8/128 | Rp. 4.999.000 |
| 5. | VIVO V19 8/128              | Rp. 3.990.000 |
| 6. | VIVO V20 8/128              | Rp. 4.399.000 |

Sumber : GPS Cell 2 Jebor Demak, 2021



**Gambar 1.1**

**Top Brand Index Handphone OPPO**

Sumber : Top Brand Index Tracking, 9 Maret (2020)

Fenomena lapangan yang saya teliti tentang *Smartphone* yang sudah ada di Indonesia. Saya meneliti *Smartphone* merek OPPO yang ada di Kabupaten Demak. Sekarang ini persaingan *Smartphone* di pasar global sudah sangat banyak sekali misalnya di Demak OPPO punya saingan dengan *smartphone* SAMSUNG dan VIVO yang dimana kedua *Smartphone* tersebut adalah saingan berat dari OPPO. Produk OPPO memperkuat namanya di setiap wilayah, misalnya di wilayah Demak yang saya teliti, Produk OPPO memperkuat citra mereknya dengan cara berpromosi dengan para pelanggan di Demak.

OPPO juga memperkuat Kualitas produknya dengan memberikan fitur fitur yang memadai dan memberikan harga yang tepat, sedangkan SAMSUNG dan VIVO juga memiliki citra merek dan kualitas produk yang bagus serta harga yang memadai misalnya *Smartphone* SAMSUNG *top brand*-nya sangat bagus di pasaran Indonesia, bisa dilihat di gambar 1.1 dimana SAMSUNG menduduki peringkat pertama di *Top Brand Index* penjualan yang dimana penjualannya naik terus dengan alasan itu SAMSUNG memiliki citra merek yang bagus dari pada *smartphone* lainnya .

Kualitas produk SAMSUNG sangat bagus sekali SAMSUNG dibekali kamera yang sangat cerah namun lemah di RAM serta daya tahan SAMSUNG sangat lama walaupun baterainya dibekali 4500 mah bisa dilihat di gambar 1.2 disitu SAMSUNG mempunyai *snapdragon* yang tinggi yaitu 720 GB yang diminati para kalangan pelanggan usia muda. *Snapdragon* tersebut kegunaannya untuk mempercepat saat memainkan game yang berat serta harganya SAMSUNG sangat mahal di atas rata rata bisa di lihat di Tabel 1.1, namun dengan nama yang

baik SAMSUNG sangat diminati oleh para pelanggan di Demak, *Smartphone* OPPO juga memiliki nama yang baik di Indonesia tetapi masih mempunyai kekurangan yang banyak, misalnya seperti Penjualan OPPO sangat tidak bagus sekali dibandingkan SAMSUNG serta mau imbang dengan penjualan VIVO hal ini bisa dilihat di gambar 1.1 dimana penjualannya sangat kurang sekali dibanding SAMSUNG yang di atas angin, hal ini bisa menjadi masalah citra merek OPPO, sedangkan kualitas produk OPPO sangat baik. Disini saya mengambil contoh dari kualitas produk OPPO RENO 6 bisa di lihat di gambar 1.2 OPPO memiliki spesifikasi di atas rata rata seperti kameranya sudah bagus tapi baterainya tidak mendukung karena sngat boros dibanding smartphone lain, menurut saya hal ini harus diperbaiki oleh OPPO karena pelanggan di Demak mencari baterai yang tahan lama untuk harga sendiri bisa di lihat di Tabel 1.1 yang dimana *Smartphone* dengan inovasi baru membandrol harga yang lebih mahal dibanding kompetitor yang lain dengan spesifikasi yang sama, ini bisa menjadi masalah buat produk OPPO karena dengan spesifikasi yang sama harganya sangat tinggi sehingga pelanggan agak ragu membelinya karena kemahalan.

*Smartphone* VIVO memiliki nama baik mendekati OPPO VIVO sangat yakin ingin menyusul OPPO dalam penjualan VIVO sangat baik walaupun *brand* VIVO masih baru bisa mengejar penjualan OPPO hal tersebut bisa menjadi permasalahan OPPO, hal ini bisa di lihat dari gambar 1.1 yang menjelaskan VIVO mendekati penjualan OPPO. Untuk kualitas produknya *smartphone* VIVO diatas rata rata bahkan ada yang lebih bagus dari produk yang dikeluarkan OPPO, VIVO memiliki kamera yang bagus sama seperti OPPO tetapi VIVO kalah dikinerjanya

hal ini bisa dilihat di Gambar 1.2 *snapdragon* VIVO masih rendah dibanding *Smartphone* SAMSUNG dan OPPO namun VIVO unggul di harga dari OPPO hal ini bisa dilihat dari tabel 1.1 dengan spesifikasi yang sama VIVO membandrol harga yang sangat murah dibanding OPPO hal tersebut bisa menjadi masalah OPPO bisa dilihat dari tabel 1.1 dimana dengan spesifikasi yang sama OPPO lebih mahal dari VIVO sehingga pelanggan OPPO pindah ke VIVO.

1. Spesifikasi OPPO RENO 6



Sumber : [www. Shopee.co.id](http://www.Shopee.co.id) ,2022

2. Spesifikasi SAMSUNG A5



Sumber : [www.Shopee.co.id](http://www.Shopee.co.id),2022

3. Spesifikasi VIVO V20



Gambar 1.2

Sumber : [www.Shopee.co.id](http://www.Shopee.co.id) ,2022



**Gambar 1.3**

Sumber : ulasan OPPO store di *app e commerce*, 2022

**Ulasan Konsumen :**

Berdasarkan ulasan gambar 1.2 dapat disimpulkan pelanggan yang menggunakan produk OPPO sangat puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak OPPO. Hal tersebut bisa membuat pelanggan yang menggunakan produk OPPO sangat loyal terhadap OPPO dan bisa meningkatkan penjualannya, namun kekurangannya masih sangat banyak dibanding kompetitor OPPO seperti SAMSUNG yang mempunyai nama yang baik, SAMSUNG bisa menjual produknya sangat cepat serta spesifikasi yang memadai dan harga yang pas bagi pelanggan bisa mendukung pelanggannya untuk loyal dan puas menggunakan produk SAMSUNG

Sedangkan untuk VIVO walaupun citra mereknya masih bagus OPPO namun VIVO unggul di Harga dengan spesifikasi yang sama VIVO lebih murah dibanding OPPO. Hal tersebut bisa memberikan masalah di Kepuasan dan

Loyalitas bagi OPPO, pelanggan OPPO di Demak sangat banyak beralih di Smartphone VIVO ataupun SAMSUNG dengan hal tersebut OPPO harus memperbaiki masalahnya.

. Dalam Penelitian ini yang mengenai variabel eksogen dan endogen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan tetapi nampak adanya *Research Gap*. Naingolan dan Hidayat (2020) menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, sedangkan Siregar (2019), Gunardi dan Erdiansyah (2019) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa Citra merek negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Haris (2019), Permatasari dan Wahyuningsih (2020) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa kualitas produk negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan dan Siregar (2019), Maghfiroh (2019), serta Sinollah (2022) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salim, dkk (2019), Permatasari dan Wahyuningsih (2020) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Maghfiroh (2019), Wibowo (2020) serta Sinollah (2022) menyatakan bahwa Harga negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sinurat, dkk (2017), Choiriyah dan Liana (2019) serta Ramdhani dan Nurhadi (2022) menyatakan bahwa Citra merek negatif dan tidak signifikan



terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Siregar (2019), Wulandari, dkk (2021) serta Bagaskara dan Kana (2021) Menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

Wibowo (2020), Haris (2019), serta Dani (2019) menyatakan bahwa Kualitas Produk negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, sedangkan menurut Ayo dan Lauren (2021), Bagaskara dan Kana (2021) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

Widyasari, dkk (2017), Pramesti dan Chasanah (2021) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa Harga negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan Maskur (2016), Sinurat, dkk (2017) serta Putra dan Ekawati (2017) bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Salim, dkk (2019), Siregar (2019) serta Prastiwi dan Rivai (2022) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan Pradana (2020), Asy'ari dan Jayen (2020) serta Lestari (2020) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Peneliti terdahulu yang pernah meneliti *handpone smartphone* OPPO menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang dilakukan Siregar (2019). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objeknya yang dimana penelitian sebelumnya yaitu

pengguna handphone merek OPPO di Universitas Panca Budi Kota Medan kepada Mahasiswa tingkat S1 Fakultas Sosial Sains tahun 2019. Sedangkan penelitian ini pengguna handphone merek OPPO di Kabupaten Demak.

Berdasarkan uraian di atas meneliti dengan judul :

**“Pengaruh Citra merek, Kualitas produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Pada Pelanggan Smartphone Merek OPPO Di Demak)”**

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup dalam penelitian yang saya lakukan adalah sebagai berikut :

1. Variabel eksogen adalah Citra Merek ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ).
2. Variabel endogen adalah Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ).
3. Variabel mediasi atau intervening adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).
4. Objek dalam penelitian ini adalah *Handphone* OPPO.
5. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan *Handphone* merek OPPO di Demak.,
6. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan setelah judul disetujui

### 1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Pelanggan OPPO di Demak masih kurang puas dengan fasilitas OPPO karena para kompetitornya seperti SAMSUNG dan VIVO memberikan fasilitas sama seperti diberikan OPPO serta harga dari OPPO kemahalan dari pada SAMSUNG dan VIVO maka akan terjadi masalah pada pelanggan tidak puas mengakibatkan pelanggan tidak loyal terhadap OPPO
2. *Smartphone* OPPO memberikan harga yang sangat tinggi dibandingkan para kompetitornya yaitu SAMSUNG dan VIVO hal ini akan memberikan masalah loyalitas pelanggan OPPO yang akan berganti membeli produk SAMSUNG dan VIVO.
3. *Smartphone* OPPO, SAMSUNG dan VIVO sama sama mempunyai kualitas produk yang baik seperti kamera daya tahan baterai serta RAM yang sama, namun masalahnya ada di harganya dengan spesifikasi yang sama OPPO lebih mahal dari pada SAMSUNG maupun VIVO hal ini bisa menjadi masalah yang besar karena pelanggan OPPO bisa pindah ke SAMSUNG maupun VIVO serta bisa loyal terhadap SAMSUNG dan VIVO.
4. *Smartphone* OPPO mempunyai nama terkenal di Indonesia namun OPPO masih kalah jauh dengan SAMSUNG yang namanya lebih tersorot di Indonesia hal ini didukung oleh penjualan SAMSUNG yang lebih laris

dibanding OPPO buktinya ada di *top brand index* dimana SAMSUNG ada di urutan pertama dan di bawahnya ada OPPO, Hal tersebut bisa menjadi masalah bagi OPPO dimana pelanggannya yang lebih loyal terhadap SAMSUNG

5. *Smartphone* OPPO memberikan harga yang cukup mahal dibanding kompetitor yang lain seperti SAMSUNG dan VIVO. Sehingga pelanggan OPPO belum puas terhadap produknya, sehingga pelanggan OPPO lari ke produk SAMSUNG dan VIVO. Ini bisa menjadi masalah bagi OPPO pelanggannya tidak puas menggunakan produknya.
6. *Smartphone* sekarang ini sangat canggih diantaranya seperti SAMSUNG OPPO dan VIVO tiga smartphone ini mempunyai kualitas produk yang baik namun OPPO masih kalah dengan SAMSUNG dan imbang dengan VIVO, kamera SAMSUNG sangat bagus sekali dibanding OPPO serta OPPO sangat mahal dibanding dengan SAMSUNG ataupun VIVO. Hal tersebut bisa menjadi masalah kepuasan pelanggan OPPO yang tidak puas dengan apa yang ditawarkan OPPO
7. *Smartphone* OPPO sudah terkenal di Indonesia bahkan sudah *trend* dikalangan remaja, namun OPPO masih kurang dalam penjualannya di banding SAMSUNG yang jelas jelas sangat trend disemua kalangan serta lebih berpengalaman di pasaran, wajar saja karena di *top brand index* SAMSUNG menduduki peringkat pertama setelah itu ada OPPO, hal ini membuat masalah bagi OPPO yang ingin menduduki peringkat pertama di *top brand index*.

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas maka saya merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kepuasan pelanggan pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
2. Apakah Harga pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
3. Apakah Kualitas produk pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
4. Apakah Citra merek pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
5. Apakah Harga pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?
6. Apakah Kualitas produk pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?
7. Apakah Citra merek pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Menganalisa apakah Kepuasan pelanggan pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan
2. Menganalisa apakah Harga pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan
3. Menganalisa apakah kualitas produk pada *Smartphone* merek OPPO

berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan

4. Menganalisa apakah Citra merek pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan
5. Menganalisa apakah Harga pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan
6. Menganalisa apakah Kualitas produk pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan
7. Menganalisa apakah Citra merek pada *Smartphone* merek OPPO berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada *smartphone* oppo. Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian mendatang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan OPPO sebagai bahan pengembangan dan sebagai sumber informasi untuk mencapai loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dalam menghadapi permasalahan-permasalahan pemasaran pada produk OPPO.