

BAB I

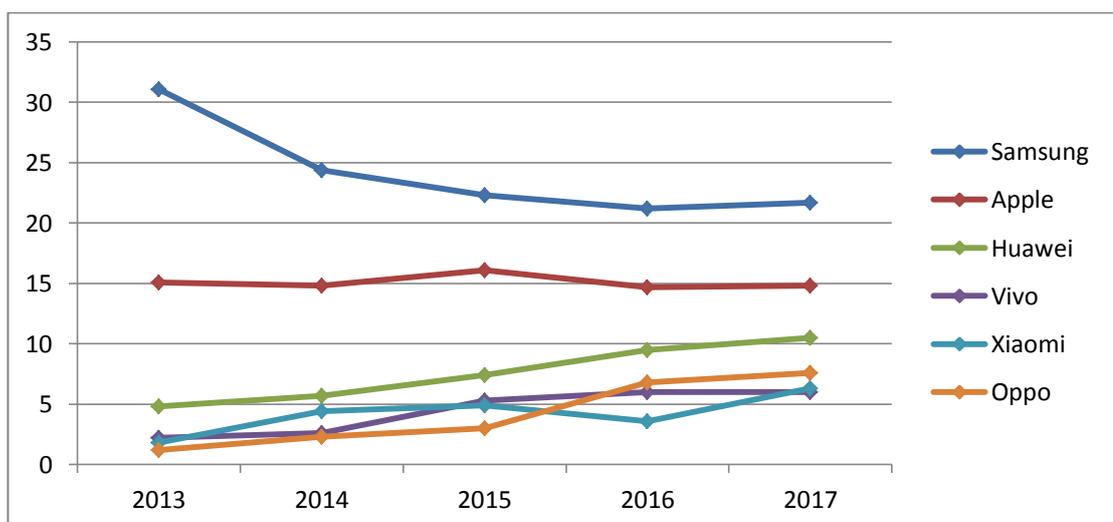
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era sekarang dan perkembangan teknologi menyebabkan banyak perusahaan bersaing menawarkan berbagai kemudahan serta kualitas yang baik. Berbagai hal dapat dilakukan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif, sehingga pelanggan akan loyal dan tidak akan berpaling kepada perusahaan lain. Setelah merasa puas pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai fasilitas dan pelayanan yang telah diterima dari perusahaan tersebut. Khususnya pada telepon genggam atau yang sekarang disebut smartphone menjadikan elektronik sebagai salah satu kebutuhan hidup yang harus terpenuhi, dengan berbagai kecanggihan yang selalu menjadikan manusia untuk lebih mudah dalam melakukan berbagai rutinitas dan beberapa kebutuhan lain yang lebih penting. Mereka yang mampu menguasai teknologi akan menjadi pemimpin dalam era reformasi yang canggih saat ini. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus menerus berimprovisasi dan berinovasi mempertahankan para pelanggannya. Contohnya pada Perusahaan smartphone, mereka semakin berlomba – lomba untuk menciptakan teknologi yang semakin canggih.

Di Indonesia sudah banyak sekali produsen Smartphone yang ditawarkan seperti Samsung, Oppo, Iphone, Hi-tech, Motorola, Huawei dan masih banyak lainnya. Salah satu merk yang familiar diantara produsen smartphone adalah Samsung. Samsung merupakan salah satu jenis handphone atau smartphone yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Salah satu produk Samsung yang sedang menjadi pusat perhatian khalayak luas yaitu produk handphone mereka. Samsung sendiri akhir-akhir ini tengah menciptakan handphone yang berbasis android, yang pada saat ini bersaing ketat dengan produk-produk handphone lainnya seperti merek OPPO, Xiaomy, Apple, Lenovo, dll. Dilihat dari perkembangannya, Samsung dari tahun ke tahun telah menciptakan produk handphone dengan berbagai fitur diikuti dengan segala kecanggihannya yang selalu mengikuti trend yang ada pada saat ini.

**Pangsa Pasar Brand Smartphone Dengan Penjualan Terbesar Di Indonesia
Tahun 2013-2017**
Tabel 1



| | Samsung | Apple | Huawei | Vivo | Xiaomi | Oppo |
|------|----------------|--------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| 2013 | 31.10% | 15.10% | 4.80% | 2.20% | 1.80% | 1.20% |
| 2014 | 24.40% | 14.80% | 5.70% | 2.60% | 4.40% | 2.30% |
| 2015 | 22.30% | 16.10% | 7.40% | 5.30% | 4.90% | 3.00% |
| 2016 | 21.20% | 14.70% | 9.50% | 6.00% | 3.60% | 6.80% |
| 2017 | 21.70% | 14.80% | 10.50% | 6.00% | 6.30% | 7.60% |

Sumber : IDC Research, Inc. (2018)

Pada Tabel 1 menunjukkan Samsung masih menguasai pangsa pasar telepon pintar (*smartphone*) dunia. Data *International Data Corporation* (IDC) mencatat pangsa pasar pabrikan *smartphone* Korea Selatan tersebut pada 2017 mencapai 21,7%. Angka ini merupakan yang tertinggi dibanding merek telepon pintar lainnya. Di urutan kedua Apple yang menguasai 14,7% pasar telepon pintar dunia.

Namun jika dibandingkan dengan posisi 2013, pangsa pasar kedua merek *smartphone* terbesar tersebut terlihat mengalami penurunan. Pangsa pasar Samsung menyusut 940 basis poin (bps) dan Apple juga turun 30 bps. Penurunan pangsa pasar kedua merek tersebut diisi oleh naiknya merek telepon pintar asal Tiongkok yang berhasil membetot perhatian pemakai gawai dunia.

Pangsa pasar telepon Huawei pada 2017 meningkat 570 bps menjadi 10,5% dibanding posisi 2013. Demikian pula pangsa pasar Oppo naik 640 bps menjadi 7,6%, Xiaomi (450 bps) menjadi 6,3%, dan Vivo (380 bps) menjadi 6%.

Jika ditotal keempat merek *smartphone* tersebut telah menguasai lebih dari 30% pangsa pasar telepon pintar dunia. Pengapalan keempat pabrikan telepon pintar asal Negeri Tirai bambu tersebut mencapai 446 juta unit mengalahkan Apple yang hanya mencapai 215,8 juta unit maupun Samsung 317,6 juta unit.

Untuk itu Samsung harus mewaspadai pesaing asal negeri tirai bambu yang semakin terus berkembang pesat seperti OPPO, Huawei, Xiaomi yang memiliki kenaikan pangsa pasar yang cukup tinggi akan tetapi masih dibawah Samsung.

Smartphone Samsung merupakan salah satu pemimpin pasar di bidang perusahaan smartphone, tentunya Samsung harus dapat memanfaatkan situasi ini dengan membuat strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, salah satunya adalah word of mouth. WOM merupakan informasi mengenai suatu produk yang dipindahkan melalui komunikasi yang terjadi antara pelanggan. Adanya word of mouth sebagai pemimpin pasar smartphone diharapkan dapat meningkatkan penjualan samsung di Indonesia.

Salah satu faktor yang mempengaruhi word of mount adalah brand image. Menurut Keller (1998) mengungkapkan bahwa brand image berkaitan dengan atribut, manfaat sikap dan keunikan yang membedakan dengan pesaingnya. Dengan brand image yang positif diharapkan mampu memberikan nilai lebih di mata pelanggan smartphone, jika konsumen ingin membeli smartphone maka akan teringat merek Samsung. Puriani, D. P., Suardana, I., & Kusuma Dewi, L. L. (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa brand image yang baik akan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu dengan brand image

yang baik akan disertai kepuasan konsumen sebagai nilai lebih dari perusahaan tentunya akan berdampak pada perilaku word of mouth sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Samsung. Dari Hasil penelitian Oleh Wirawan, I. G., & Wibawa, I. A. (2013). mengatakan bahwa brand image berpengaruh positif terhadap word of mouth pada oleh – oleh khas Bali.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk meningkatkan mutu perusahaan dimata konsumen. Menurut Sinaga (2011) kualitas layanan memiliki banyak manfaat dan keuntungan selain menciptakan kepuasan pelanggan, kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dapat menciptakan adanya sebuah WOM dapat berjalan dengan baik, perusahaan dapat menciptakan WOM yang baik dengan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan. Studi yang dilakukan Kadence di tahun 2016 menunjukkan bahwa layanan konsumen yang baik menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih handphone.

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian Lestari A, A. (2013), Novianti, R., & Artanti, Y. (2015), hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap word of mount namun berbeda dengan penelitian dari Saputro, F. S. (2012). hasil penelitian menyatakan tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap word of mount.

Samsung berkomitmen dalam meningkatkan kualitas layanan, hal ini ditunjukkan bahwa Samsung memberikan inovasi terbaru dengan membuat aplikasi MySamsung. Aplikasi ini dapat menghubungi Samsung 24 jam terkait call center, bantuan online, terpadu jarak jauh (remote service) serta memberikan

jaringan informasi apabila terjadi kendala. MySamsung terbukti memberikan hasil yang positif terkait kualitas layanan pada konsumen. Pada survei yang dilakukan oleh THS pada tahun 2016 hampir 92 % konsumen menyatakan bahwa Samsung memberikan layanan konsumen yang lebih baik jika dibandingkan dengan pesaing lain. Sumber: (<https://www.samsung.com/id/news/local>).

Selain brand imges dan kualitas layanan yang mempengaruhi word of mouth, kepuasan konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi word of mouth. Menurut Philip Kotler (2009: 139) mengungkapkan bahwa bahwa kepuasan merupakan perasaan suka atau kecewa individu yang terjadi karena ketidaksesuaian maupun kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Kepuasan pelanggan memiliki andil besar pada sejumlah aspek vital, seperti terbangunnya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya transaksi, dan meningkatkan efisiensi dan produktifitas karyawan (Tjiptono 2008: 349). Kepuasan juga dapat menimbulkan timbal balik berupa pembelian kembali dan sikap loyal dari seorang pelanggan sehingga pelanggan tidak akan pindah kepada yang lain. Kepuasan pelanggan juga bisa menimbulkan pemasaran yang berbentuk word of mouth yang berupa rekomendasi kepada orang lain yang memerlukan informasi yang berkaitan.

Dalam upaya mempertahankan posisi Samsung sebagai pemimpin pasar industri smartphone. Samsung dituntut untuk terus berinovasi, mengatasi persaingan yang semakin ketat dan Samsung harus dapat tetap menjaga brand images, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan word of mouth yang terjadi. Dengan mempertahankan hal tersebut untuk menaikkan Oleh sebab itu, penelitian

ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand images, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan word of mouth dapat berperan dalam penjualan handphone Samsung di Indonesia, khususnya di Semarang.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH BRAND IMAGES, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WORD OF MOUTH** (Studi Pada Pengguna Handphone Merek Samsung Di Semarang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena menunjukkan Samsung mewaspadaikan peningkatan penjualan produk smartphone asal china yang tajam dan adanya research gap variabel kualitas pelayanan terhadap word of mouth, maka permasalahan yang dikemukakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan dalam penjualan handphone Samsung di Semarang ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dalam penjualanhandphone Samsung di Semarang ?
3. Bagaimana pengaruh Brand Images terhadap Word Of Mouth dalam penjualanhandphone Samsung di Semarang ?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Word Of Mouth dalam penjualanhandphone Samsung di Semarang ?

5. Bagaimana pengaruh Kepuasan terhadap Word Of Mouth dalam penjualan handphone Samsung di Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan dalam penjualan handphone Samsung di Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dalam penjualan handphone Samsung di Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Images terhadap Word Of Mouth dalam penjualan handphone Samsung di Semarang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Word Of Mouth dalam penjualan handphone Samsung di Semarang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan terhadap Word Of Mouth dalam penjualan handphone Samsung di Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Dapat digunakan sebagai bahan masukan serta pertimbangan dalam memperbaiki, mengembangkan, dan menyempurnakan strategi kebijakan perusahaan. terhadap kepuasan pelanggan dan word of mouth. Serta memberikan kontribusi pada ilmu manajemen pemasaran tentang perilaku konsumen dalam menilai handphone.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Perusahaan Samsung, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan strategi pemasaran, terutama yang berhubungan brand images, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan word of mouth dapat berperan dalam penjualan handphone Samsung di Indonesia, khususnya di Semarang.
- b. Bagi penulis, Mampu memahami implementasi teori yang diperoleh dengan keadaan sebenarnya di lapangan, khususnya hal-hal yang berkaitan dengan masalah-masalah brand images, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan word of mouth dapat diterapkan pada kegiatan bisnis mendatang.
- c. Bagi peneliti lain, sebagai bahan wacana atau referensi pada bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan word of mouth dimasa yang akan datang.