

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

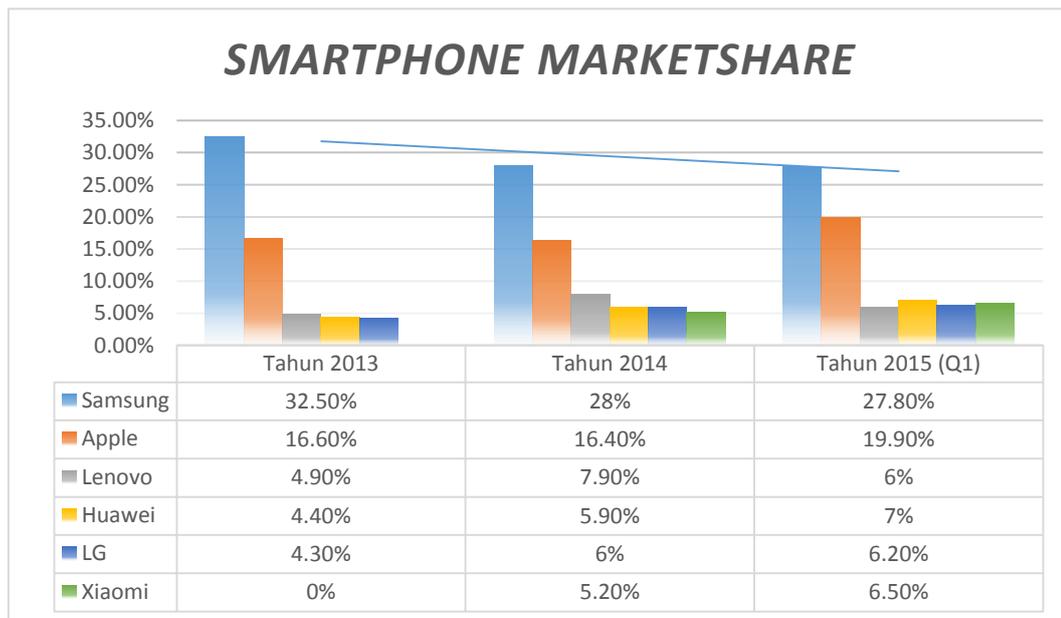
Seiring dengan pesatnya perkembangan ekonomi di negara ini, banyak muncul industri-industri serta perusahaan-perusahaan baru, salah satunya bidang teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan elektronik di seluruh dunia. Salah satu perkembangan teknologi telekomunikasi adalah perkembangan teknologi telepon seluler. Mobilitas serta meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi di mana saja dan kapan saja menjadikan faktor pendorong munculnya berbagai inovasi teknologi telepon seluler, dari yang pada awalnya hanya dapat berfungsi untuk berbicara dan mengirim pesan hingga saat ini telepon seluler telah dilengkapi dengan fitur-fitur pintar yang dapat membantu penggunaannya dalam beraktifitas sehingga dikenal dengan istilah *smartphone*.

Seperti dilansir oleh Wikipedia bahwa saat ini lebih dari 70 merek handphone yang tersebar di seluruh dunia, dengan cukup banyaknya jumlah operator yang ada saat ini, membuat persaingan di antara perusahaan-perusahaan tersebut dalam menarik hati calon konsumen untuk menggunakan produk mereka. Berbagai langkah diambil para perusahaan ponsel tersebut agar dapat menarik hati calon konsumen seperti dengan melakukan promosi besar-besaran, menurunkan harga, atau pun dengan menciptakan inovasi-inovasi baru.

Sebenarnya persaingan yang sengit antara para perusahaan ponsel dalam menarik hati calon konsumen dan mempertahankannya untuk tetap menjadi konsumen tersebut sangatlah menguntungkan bagi masyarakat. Karena dengan hal tersebut konsumen akan dimanjakan oleh perusahaan yang berlomba untuk menawarkan produk terbaik mereka kepada konsumen baik dari segi harga, kualitas, teknologi, ataupun hal lain.

Samsung saat ini dapat dikatakan sebagai penguasa pasar *smartphone*. Karena seperti dilansir oleh cnet.com bahwa perusahaan asal Korea Selatan ini sejak tahun 2013 selalu menduduki peringkat pertama dalam penjualan *smartphone* di

seluruh dunia. Pada tahun 2013 mereka mendapatkan *marketshare* sebesar 32.5% dan pada tahun berikutnya yaitu 28% lalu 27.8% pada tahun 2015 kuartar ke-1, ini selalu diikuti oleh perusahaan Apple pada peringkat kedua dengan selisih lebih dari 10%.

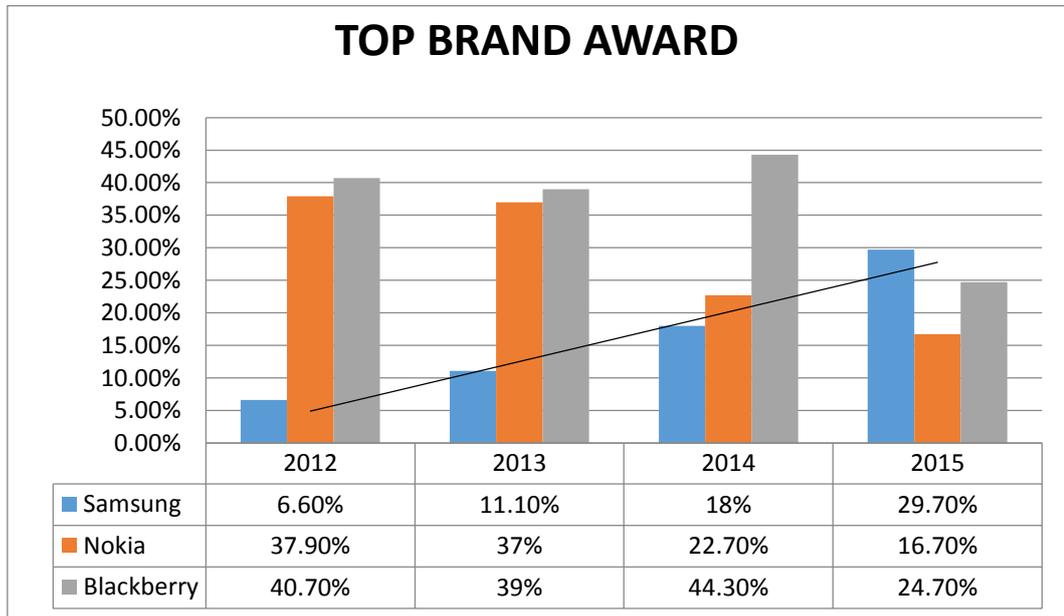


Gambar 1.1: *Smartphone Marketshare*

Sumber: Cnet.com (diolah)

Berdasarkan data tersebut, meskipun pada saat ini Samsung masih memegang peringkat pertama dalam industri *smartphone*, tapi kita bisa melihat bahwa tren dari penjualan mereka sudah mulai menurun dari tahun ke tahun. Hal ini yang seharusnya dapat menjadi bahan evaluasi bagi mereka, apakah saat ini konsumen tidak puas dengan produk Samsung.

Hal yang cukup mengejutkan yang terjadi adalah Samsung yang sejak tahun 2012 sampai tahun 2014 selalu menduduki peringkat ketiga dalam Top Brand Award, tapi disaat penjualan mereka sudah mulai menurun Top Brand Award menganugerahi mereka sebagai merek *smartphone* paling top nomor satu tahun 2015 di Indonesia mengalahkan Blackberry dan Nokia, seperti terlihat dalam *chart* berikut ini:



Gambar 1.2: Indeks TopBrand Award

Sumber: topbrandaward.com (diolah)

Lalu bila menurunnya penjualan dari Samsung tersebut diakibatkan oleh ketidakpuasan konsumen terhadap produk Samsung, tetapi mengapa peringkat mereka pada indeks Top Brand Award semakin meningkat. Hal itulah yang menjadi tanda tanya yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian yang menjadikan mahasiswa Siswa SMA Daarul Aitam Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung sebagai objek penelitian sebagai Laporan Akhir dengan judul **“GAMBARAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI KASUS PADA SISWA SMA DAARUL AITAM PALEMBANG)”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat dapat merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat kepuasan konsumen atas kualitas *smartphone* Samsung di SMA Daarul Aitam Palembang?

2. Dimensi kualitas mana dari kepuasan konsumen yang perlu dipertahankan ataupun ditingkatkan dari *smartphone* Samsung?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar lebih mengarahkan pembahasan dan tidak menyimpang dalam penulisan yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup penulisan pada bidang perilaku konsumen mengenai gambaran tingkat kepuasan konsumen atas kualitas *smartphone* Samsung pada siswa SMA Daarul Aitam Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka dalam penelitian Laporan Akhir ini dirumuskan tujuan penelitian yaitu untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan konsumen *smartphone* Samsung pada siswa SMA Daarul Aitam Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai tingkat kepuasan konsumen serta sebagai syarat kelulusan pendidikan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan Samsung Electronic pada khususnya dan perusahaan lain pada umumnya sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk demi kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para akademisi mengenai gambaran tingkat kepuasan konsumen atas kualitas *smartphone* Samsung pada siswa SMA Daarul Aitam Palembang dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas sepuluh dan sebelas SMA Daarul Aitam Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Pengumpulan data dilakukan dengan membuat kuesioner yang kemudian disebar pada siswa SMA Daarul Aitam Palembang kelas X dan XI yang menggunakan *smartphone* Samsung.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2009:103). Data sekunder yang diperoleh penulis bersumber dari internet dan bahan bacaan ataupun studi literatur.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam Laporan Akhir ini adalah menggunakan metode:

#### 1. Riset Lapangan (*Filed Research*)

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan pertanyaan mengenai kualitas dari *smartphone* Samsung melalui kuesioner kepada siswa SMA Daarul Aitam kelas X dan XI yang menggunakan *smartphone* Samsung. Kuesioner atau Angket merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Semakin tersebar sampelnya, kuesioner cenderung akan lebih rendah biayanya (Yusi & Umiyati, 2009:113).

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu metode pengumpulan data dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1.5.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X dan XI SMA Daarul Aitam Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung. Adapun jumlah populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 38 orang.

#### 1.5.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Jumlah ukuran sampel pada penelitian ini diambil dari populasi jumlah Siswa kelas sepuluh dan sebelas SMA Daarul Aitam Palembang yang menggunakan *smartphone* Samsung, yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Siswa SMA Daarul Aitam Palembang**  
**Pengguna *Smartphone* Samsung**

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-Laki	15	39.47%
2	Perempuan	23	60.53%
Total		38	100%

Sumber: Diolah dari data primer tahun 2015

#### **1.5.4.3 Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2013:81), teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Jumlah sampel yang diambil yang akan diambil pada penelitian ini menggunakan *Sampling* Jenuh.

Menurut Sugiyono (2013:85), *sampling* Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *sampling* jenuh dimana semua populasi merupakan sampel yang akan diteliti.

#### **1.5.4.4 Operasional Variabel**

Menurut Yusi (2009:43) Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam suatu penelitian dapat dibedakan menjadi variabel bebas (Independent Variabel) dan variabel terikat (Dependent Variabel) dimana biasanya disimbolkan dengan X dan Y. Dalam penelitian ini, Variabel bebas (X) adalah kualitas Jasa yang terdiri dari 5 dimensi sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut beserta indikatornya dan itemnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Operasional Variabel

			Variabel Kinerja <b>X</b>	Varibel Harapan <b>Y</b>
No	Dimensi	Indikator	Item	
1	<i>Performance</i>	Manfaat	1. Kemampuan membuka aplikasi dengan cepat 2. Mampu menyimpan data dalam jumlah yang besar	
		Kemudahan Penggunaan	3. Mudah untuk digunakan	
2	<i>Reliability</i>	Kualitas yang Dijanjikan	4. Kondisi tetap baik diluar masa garansi 5. Memiliki baterai yang tahan lama dan tidak mudah rusak 6. Tetap bekerja dengan baik dalam waktu yang lama	
3	<i>Feature</i>	Kelengkapan	7. Memiliki fitur yang lengkap	
		Daya Tarik	8. Memberikan fitur-fitur yang menarik 9. Memberikan fitur yang mudah dioperasikan	
4	<i>Durability</i>	Ketahanan Produk	10. Lama waktu penggunaan produk oleh konsumen 11. Tidak pernah mengalami kerusakan 12. Ketahanan akan benturan	
5	<i>Conformance</i>	Kebutuhan	13. Memberikan teknologi yang sesuai kebutuhan konsumen	
		Selera	14. Memiliki tampilan produk yang sesuai selera konsumen	

		Spesifikasi	15. Memiliki kemampuan sesuai spesifikasi yang ditawarkan
6	<i>Serviceability</i>	Pelayanan Purna Jual	16. Kemudahan untuk diperbaiki 17. Jumlah <i>service center</i> 18. Kecepatan perbaikan produk
7	<i>Aesthetic</i>	Estetika Produk	19. Keberagaman pilihan desain 20. Memiliki desain yang ringan 21. Memiliki desain yang atraktif
8	<i>Perceived Quality</i>	Persepsi Mengenai Produk	22. Memiliki kualitas yang baik 23. Memiliki kualitas yang lebih baik dari produk lain
		Citra Perusahaan	24. Perusahaan memiliki reputasi yang baik

### 1.5.5 Skala Pengukuran Data

Untuk mendapatkan data yang diinginkan, penulis menggunakan skala pengukuran skala pengukuran yakni skala likert. Skala likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun skala likert yang digunakan yaitu:

Skala pengukuran tingkat kinerja kualitas produk yang diberikan:

1. Sangat Setuju (SS) Skor: 5
2. Setuju (S) Skor: 4
3. Cukup Setuju (CS) Skor: 3
4. Tidak Setuju (TS) Skor: 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) Skor: 1

Skala pengukuran tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan:

1. Sangat Penting (SP) Skor: 5
2. Penting (P) Skor: 4

- |                               |         |
|-------------------------------|---------|
| 3. Cukup Penting (CP)         | Skor: 3 |
| 4. Tidak Penting (TP)         | Skor: 2 |
| 5. Sangat Tidak Penting (STP) | Skor: 1 |

Kemudian dilakukan perhitungan berdasarkan rumus menurut Supranto (2003:140) dibawah ini. Adapun rumus yang digunakan untuk mencari indeks jawaban responden per item yaitu:

$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$
-------------------------------	-------------------------------

Keterangan:

$\bar{X}$  = Perkiraan rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  = perkiraan rata-rata tingkat harapan

$n$  = Jumlah responden

Kemudian, untuk menghitung tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen yaitu menggunakan rumus:

$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$
------------------------------------

Dimana:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja *Smartphone* Samsung

Yi = Skor Penilaian Harapan Konsumen

Rumus yang digunakan untuk mencari indeks rata-rata jawaban responden per dimensi, adalah:

$\bar{X} = \frac{\sum X_j}{k}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Y_j}{k}$
--------------------------------	--------------------------------

Keterangan:

k = Banyaknya pertanyaan

### 1.6 Analisa Data

Analisa data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode analisa kualitatif dan kuantitatif:

#### 1. Metode Kualitatif

Yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *positive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*. (Sugiyono, 2013:14).

Di dalam metode kualitatif data-data akan dikuantitatifkan untuk kemudian dikategorikan agar formulasi statistik dapat dipergunakan, karena dalam statistik data-data dapat diolah bila berbentuk angka (Yusi dan Idris, 2009:102).

Metode ini digunakan untuk menjelaskan gambaran kepuasan konsumen yang diberikan dan harapan konsumen atas kualitas *smartphone* Samsung. Berdasarkan data yang telah diolah melalui perhitungan di atas maka akan diperoleh jawaban responden berdasarkan delapan dimensi kualitas produk yang digunakan untuk menjelaskan apakah kinerja kualitas produk yang diberikan telah memenuhi harapan konsumen atau belum, serta untuk menjelaskan dimensi kualitas produk mana yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan oleh Samsung.

## 2. Metode Kuantitatif

Yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:15).

Penulis akan melakukan perhitungan hasil dari kuesioner-kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:132).

### 1.7 Sistematika Penulisan

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan
  - 1.4.1 Tujuan
  - 1.4.2 Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
  - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
  - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
  - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
  - 1.5.4 Populasi dan Sampel Penelitian
    - 1.5.4.1 Populasi
    - 1.5.4.2 Sampel
    - 1.5.4.3 Teknik Sampling
    - 1.5.4.4 Operasional Variabel
  - 1.5.5 Skala Pengukuran Data
- 1.6 Analisa Data

1.7 Sistematika Penulisan

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Definisi Konsumen/Pelanggan

2.1.2 Definisi Kepuasan Konsumen

2.1.3 Komponen Kepuasan Konsumen

2.1.4 Ciri-ciri Konsumen Yang Puas

2.1.5 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen

2.1.6 Pengukuran Kepuasan Konsumen

2.1.7 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

2.1.8 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

2.2 Produk

2.3 Atribut Produk

2.4 Kualitas Produk

2.4.1 Definisi Kualitas Produk

2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

2.4.3 Dimensi Kualitas Produk

**BAB II KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

5.2.1 Visi

5.2.2 Misi

3.3 Filosofi dan Nilai Perusahaan

3.3.1 Filosofi Samsung

3.3.2 Nilai-nilai Samsung

3.4 Struktur Organisasi

3.5 Deskripsi Jabatan

3.6 Profil Responden

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Kualitas *Smartphone* Samsung pada siswa SMA Daarul Aitam Palembang
- 4.2 Dimensi Kualitas Produk yang Perlu Ditingkatkan dan yang Perlu Dipertahankan oleh *Smartphone* Samsung

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran