

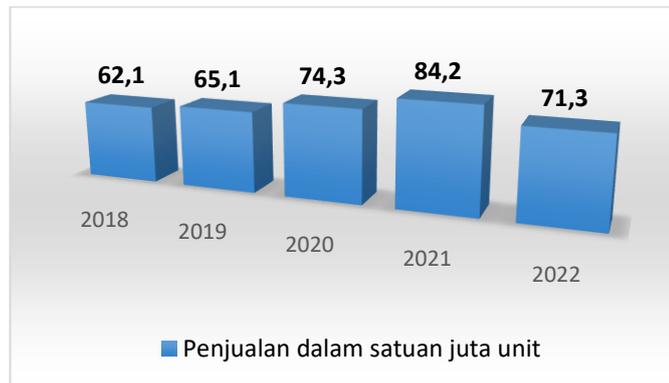
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komputer merupakan salah satu pemicu dari revolusi industri 3.0 (Rahayu, 2019). Perkembangan penggunaan komputer berlanjut hingga revolusi industri 5.0 *society* yang mengharuskan bagi pelaku industri untuk bisa menggapai lebih banyak konsumennya melalui konten yang menarik (Sugiono, 2020). Untuk kegiatan mengedit video diperlukan perangkat yang memadai dengan kinerja yang sesuai untuk kebutuhan mengedit video dan komputer rakitan menjadi sebuah solusi untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Ober, 2020). Komputer rakitan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan komputer siap pakai, antara lain : konfigurasi perangkat keras, mendapatkan harga terbaik, serta unsur estetika yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen (Chacos, 2020). Selain itu, komputer rakitan biasanya memiliki umur yang panjang karena komponen yang mudah diganti dan ditingkatkan setiap tahunnya (Ober, 2020).

Penjualan komponen komputer telah tersebar ke seluruh dunia, contohnya beberapa distributor dari berbagai negara seperti Max ICT di Belanda; Data-System dan Max People di Finlandia; ITCare di Polandia, Primal Cloud di Swedia; ComputerSalg di Denmark, 2Compute di Belgia, serta; LAFI dari Prancis berlomba-lomba menjual prosessor keluaran terbaru (Athow, 2022). Penjualan komputer di seluruh dunia tercatat oleh *International Data Corporate (IDC)* (2022) mengalami peningkatan. Berikut merupakan penjualan komputer di seluruh dunia periode tahun 2018-2022 menurut IDC (2022):



Sumber : IDC (2022)

**Gambar 1. 1**  
**Penjualan Komputer di Seluruh Dunia Tahun 2018-2022 dalam Juta Unit**

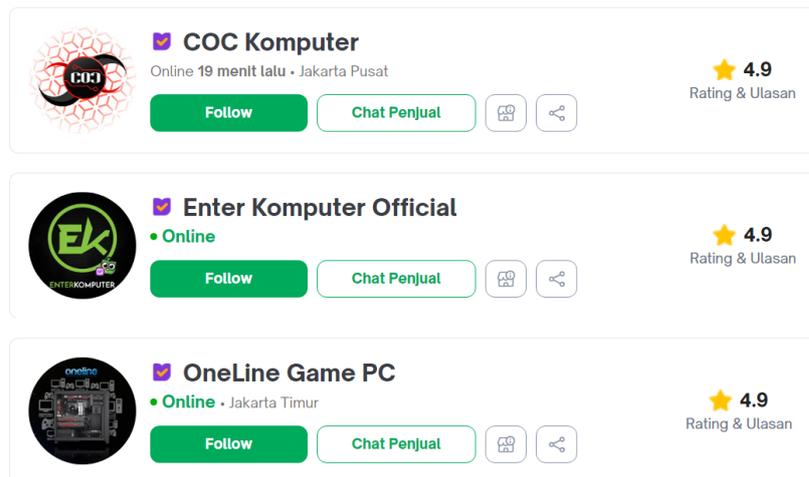
Gambar 1.1 di atas memperlihatkan terjadinya peningkatan penjualan unit komputer setiap tahunnya meskipun di kuartal 2 tahun 2022 mengalami penurunan. Namun, jumlah tersebut masih lebih banyak dibandingkan tahun 2018 sebelum adanya pandemi sehingga menunjukkan bahwa penjualan komputer terus meningkat setiap tahunnya (IDC, 2022). Meskipun penjualan unit komputer mengalami peningkatan, tetapi rasionya masih di bawah rasio peningkatan penjualan laptop yang bisa mencapai 63% (KumparanTech, 2019). Diperkirakan pasar komputer secara global diproyeksikan mencapai \$9,8 miliar pada tahun 2030, dengan *compounded annual growth rate* (CAGR) sebesar 9,7% dari tahun 2023 hingga 2030 (Meticulous Market Research Pvt. Ltd., 2022). Peningkatan pasar komputer didukung oleh kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang. Pada bidang industri, komputer dapat digunakan sebagai media penyimpanan data, sebagai alat operasional industri bahkan bisa membantu dalam pengolahan bahan makanan, dan kesehatan (Meticulous Market Research Pvt. Ltd., 2022).

Di Indonesia, masyarakat dapat membeli komputer rakitan dengan mendatangi toko secara langsung atau melalui perantara *e-commerce* karena hampir semua barang tersedia di *e-commerce* seperti Tokopedia (Katadata Insight Center & Kredivo, 2022). Tercatat dari tahun 2021 sampai 2022, beberapa penjual komputer rakitan di Tokopedia, seperti ; Enter Komputer, COC Komputer, dan OneLine games PC telah berhasil menjual komputer rakitannya dengan kuantitas yang banyak serta mendapatkan nilai ulasan 4,9 dari 5 bintang (*Tokopedia, 2022*).

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

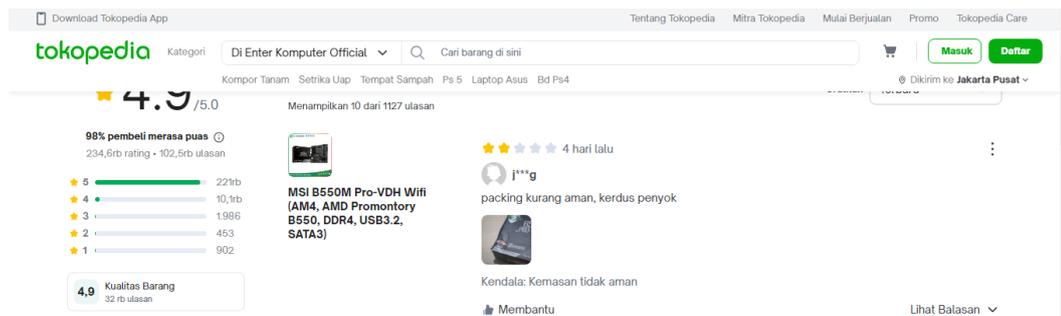
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Sumber : Coc Komputer, (2022); Enter Komputer, (2022); OneLine Game PC, (2022)

### Gambar 1. 2 Rating Produk Unit Komputer dari Enter Komputer Per 9 Agustus 2022

Meskipun, gambar 1.2 menunjukkan penilaian terhadap toko sangat baik, tetapi pada keadaan yang sebenarnya masih ada konsumen yang merasa tidak puas dan mengalami kendala. Beberapa contohnya sebagai berikut :



Sumber : Enter Komputer Official (2022)

### Gambar 1. 3 Ulasan Konsumen Enter Komputer

Pada gambar 1.3 terdapat ulasan yang mewakili 1300 lebih pesanan yang memberikan penilaian di bawah 3 yang artinya menunjukkan ketidakpuasan atas transaksi yang dilakukan. Selain itu, gambar 1.3 menunjukkan bahwa pengiriman pesanan kurang aman sehingga membuat kemasan produk menjadi penyok.



Sumber : COC Komputer (2022)

### Gambar 1. 4 Ulasan Konsumen COC Komputer

Selanjutnya, salah satu masalah yang terjadi terdapat pada kualitas produk komputer rakitan serta layanan purna jual yang kurang sigap. Berdasarkan gambar 1.4 pembeli mendapatkan masalah pada *hardisk* atau komponen penyimpanan pada komputer rakitannya. Meskipun penjual menyarankan pengembalian barang, namun penjual tidak memberikan barang pengganti atau kompensasi setelah satu bulan *hardisk* yang rusak dikirim kembali ke penjual.



Sumber : OneLine Game PC

### Gambar 1. 5 Ulasan Konsumen OneLine

Berdasarkan pada gambar 1.5 konsumen merasa tidak puas karena komputer rakitannya sudah mengalami masalah setelah digunakan selama satu bulan dan penjual tidak mau bertanggung jawab atas kualitas produk komputer rakitannya yang mengalami kerusakan dalam waktu yang singkat.

Kepuasan konsumen yang tidak terpenuhi dapat mengakibatkan konsumen akan berpindah kepada penjual lain serta tidak akan merekomendasikan untuk membeli komputer rakitan di toko komputer yang memiliki kualitas produk dan pelayanan yang kurang baik. Karena konsumen yang mengungkapkan

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ketidakpuasannya pada ulasan toko maka calon konsumen tidak jadi membeli komputer rakitan di toko tersebut dan berakibat pada penurunan jumlah penjualan komputer rakitan (Wahab & Nagaty, 2022). Maka dari itu, untuk menjaga keberlangsungan dan pengembangan bisnis komputer rakitan supaya tetap stabil, para pebisnis dituntut untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan memenuhi hak konsumennya (Srianjani, 2015).

Selain itu, islam telah menjelaskan kewajiban seorang penjual untuk menjaga hak konsumen seperti yang dijelaskan dalam Qs. Asy-Syuara ayat 181:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ {١٨١}

*“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan”.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa pemasaran islam berdasarkan pada nilai-nilai etika yang dapat dijelaskan sebagai “nilai kebijaksanaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan pelayanan yang baik, hanya menjual produk halal dan berkualitas, tidak menyembunyikan cacat serta menjalankan transaksi berdasarkan kerelaan antara penjual dan pembeli dalam mewujudkan kesejahteraan”. Kesejahteraan yang dimaksud baik secara material maupun spiritual di dunia dan akhirat (Abbas dkk., 2020). Dengan konsumen yang merasa puas, akan memberikan dampak jangka panjang terhadap perkembangan usaha komputer rakitan karena konsumen akan kembali ketika mereka membutuhkan komputer rakitan lagi (Wahab & Nagaty, 2022).

Jeon (2017) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kesukaan pelanggan secara subjektif dari hasil dan pengalaman membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan konsumen juga dapat didefinisikan sebagai respons emosional terhadap tren konsumsi, kepuasan mencerminkan deduksi positif dan ketidakpuasan mencerminkan respons negatif.

Selanjutnya, apabila ditinjau berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2017), kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh lima faktor yaitu kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya. Namun, dalam islam kepuasan konsumen akan tercapai apabila seorang muslim mampu

mendapatkan manfaat atau berkah (Muhammad, 2016). Dalam bertransaksi, islam mengajarkan untuk menghindari *israf* atau berlebih-lebihan sehingga seorang muslim akan merasa cukup dengan barang yang telah didapatkan sesuai dengan kemampuan keuangannya.

Kemudian terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya disebabkan oleh faktor harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Ing dkk. (2020); Opata dkk. (2020); serta Setiadi dkk. (2022). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfan (2019) yang mengatakan bahwa variabel harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Lalu, temuan yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dijelaskan oleh hasil penelitian dari Canalejo & Río (2018); Mariani dkk. (2019); Asti dan Ayuningtyas (2020); Cantallops dkk. (2020); Slack dkk. (2020); Setiadi dkk. (2022); serta Afaneh dkk. (2023). Sebaliknya, temuan dari penelitian Candra dan Juliani (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen

Kemudian, penelitian yang menyebutkan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Ing dkk. (2020); Antonides dkk. (2021); Lo (2021); serta Salahuddin dan Lee (2021). Berbeda dengan penelitian lainnya, penelitian yang dilakukan oleh Asti dan Ayuningtyas (2020) menemukan tidak adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan apa yang telah penulis sampaikan serta melihat hasil dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayan dan kualitas produk. Dari banyaknya penelitian yang ada, masih sedikit yang membahas tentang kepuasan konsumen dalam perspektif islam sehingga akan menjadi kebaruan dari penelitian sebelumnya. Maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperjelas informasi yang disertai dengan bukti ilmiah mengenai pengaruh harga, pelayanan, dan

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif islam mengenai pembelian komputer rakitan di Tokopedia. Dari perihal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, penulis membatasi masalah dalam penelitian sebagai berikut .:

1. Penjualan unit komputer meningkat setiap tahunnya (IDC, 2022). Namun tidak signifikan peningkatan penjualan laptop.
2. Meskipun, memiliki rating yang tinggi, masih banyaknya konsumen yang merasa tidak puas terhadap transaksi pembelian komputer rakitan.
3. Kepuasan konsumen yang tidak terpenuhi akan mengakibatkan penurunan konsumen karena berpindahnya konsumen kepada penjual lain (Wahab & Nagaty, 2022).

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis menyajikan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum mengenai tingkat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan dalam perspektif islam?
2. Bagaimana pengaruh tingkat harga terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan dalam perspektif islam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan dalam perspektif islam?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan dalam perspektif islam?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disajikan, secara umum penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh tingkat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian komputer rakitan di Tokopedia.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setelah mengetahui tujuan penelitiannya, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoretis**

Secara teoretis penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengetahuan mengenai kepuasan konsumen serta mengenai faktor-faktor yang menjadi pendukung dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Selanjutnya, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kebaruan dalam referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas terutama kepada penjual komputer rakitan untuk lebih memperhatikan kepuasan konsumennya sehingga konsumen dapat mendapatkan haknya secara utuh dan penjual bisa mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan dari konsumen.