

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan pendahuluan dari keseluruhan laporan penelitian yang dilakukan. Bab pertama ini terdiri dari lima bagian, yaitu: (1) latar belakang mengapa penelitian ini perlu dilakukan, (2) pertanyaan penelitian yang akan dijawab, (3) tujuan penelitian, (4) manfaat dari penelitian, dan (5) sistematika penulisan dalam penelitian ini.

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pengguna telepon pintar (*smartphone*) di dunia terus meningkat. Berdasarkan data yang diperoleh pengguna *smartphone* didominasi oleh Cina dengan jumlah pengguna *smartphone* yang mencapai 422 juta, lalu Amerika Serikat dengan jumlah pengguna mencapai 188 juta, India, Brazil dan Indonesia dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 47 juta atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel (Prihadi, 2015).

Di Indonesia, menurut data yang dilansir oleh okezone.com pengguna *Samsung* pada tahun 2015 mencapai 55 juta karena *Samsung* memiliki kesan tersendiri dimata penggunanya. Sedangkan data menurut CNN Indonesia tahun 2015 pengguna *iPhone* di Indonesia mencapai 48 juta.

Dari sekian banyak jenis *smartphone* seperti *Samsung*, *Nokia*, *Asus*, *LG*, *Sony* dan yang lainnya yang beredar dipasaran, dari data yang dilansir oleh IDC tahun 2016, *Samsung* berada di posisi pertama. Merebaknya telepon pintar di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial bagi vendor-vendor telepon pintar. (Prihadi, 2015).

Berdasarkan survey kepada konsumen *samsung*, beberapa alasan untuk menggunakan *Samsung* karena dalam mengunduh atau *mendownload* berbagai aplikasi bisa didapat dengan gratis, harga yang relatif lebih bervariasi dimulai harga dari ratusan ribu sampai jutaan, memiliki kamera dengan kualitas yang baik dan lain sebagainya (Kasih, 2016). *Samsung* memiliki pesaing yang sama-sama kuat yakni *iPhone* yang dikeluarkan oleh perusahaan *Apple*. *iPhone* memiliki daya tarik tersendiri dimata konsumen salah satunya pada sistem perangkatnya

yaitu iOS, sistem perangkat tersebut hanya bisa digunakan pada produk Apple karena perangkat khusus tersebut masyarakat tertarik untuk membelinya. Menurut survey yang dilakukan oleh Herianto (*inet.com*, 2014) rata-rata pengguna iPhone cenderung mapan dan terpelajar dan harga yang ditawarkan cukup mahal tetapi karena citra eksklusif tersebut masyarakat tetap ingin menggunakan *handphone* tersebut.

Meskipun citra eksklusif dimiliki oleh iPhone, tetapi posisi pertama yang dilansir oleh *International Data Corporation* atau IDC (2014) menyebutkan Samsung memiliki konsumen paling banyak. Hal ini dapat kita lihat dari jumlah penjualan Samsung yang jika diperingkatkan menduduki posisi pertama.

Tabel 1.1. Data Penjualan Smartphone tahun 2014

Company	3Q14 units	3Q14 Market Share (%)	3Q13 units	3Q13 Market Share (%)
<b>Samsung</b>	73,212.4	24.4	80,356.8	32.1
<b>Apple</b>	38,186.6	12.7	30,330.0	12.1
<b>Huawei</b>	15,934.9	5.3	11,665.7	4.7
<b>Xiaomi</b>	15,772.5	5.2	3,617.5	1.5
<b>Lenovo</b>	15,011.9	5.0	12,882.0	5.2
<b>Other</b>	142,891.6	47.5	111,445.0	44.5
<b>Total</b>	301,001.9	100.0	250,297.0	100.0

Sumber: IDC *Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker*, Oktober 2014

Dari data diatas, menyebutkan bahwa produk Samsung lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan *smartphone* merek lainnya. Menurut Rizkia dalam (*Selular.id*, 2015) mengatakan produk Samsung Galaxy mampu mengungguli penjualan iPhone 5s di negara asalnya Amerika Serikat. Samsung berhasil menjual 74 juta unit sedangkan Apple hanya dapat menjual sekitar 35 juta unit. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagai pengguna *smartphone* memiliki pertimbangan tersendiri sebelum melakukan pembelian. Menurut Prihadi dalam (*inet.com*, 2012) alasan konsumen memilih *smartphone* Samsung karena alasan ukuran layar, operasional mudah dan kamera. Sedangkan konsumen yang lebih memilih produk iPhone karena desain yang dimiliki oleh iPhone membuat kepercayaan diri penggunanya meningkat, kualitas produk iPhone termasuk yang terbaik, operasi sistem yang dimiliki iPhone berbeda dengan *hanphone* yang lain. Hal ini kembali kepada persepsi masing-masing konsumen.

Menurut *Okezone.com* (2015) setiap konsumen memiliki pilihan masing-masing dalam menentukan *smartphone* yang akan digunakannya. Ketika sudah menentukan pilihan untuk menggunakan produk *smartphone*, konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut, perasaan yang dirasakan oleh konsumen ketika menggunakannya salah satunya perasaan puas atau tidak puas setelah menggunakan produk tersebut.

Menurut Kotler (2002) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya. Day (dalam Tjiptono, 1996) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (dalam Tjiptono, 1996) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 1996).

Berdasarkan penjelasan diatas, kepuasan konsumen sangat penting bagi konsumen itu sendiri karena kepuasan konsumen akan berdampak pada loyalitas konsumen, kepercayaan konsumen pada produk dan merek. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian tentang perbandingan kepuasan konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang muncul dalam penelitian ini dirumuskan dengan pertanyaan penelitian “Bagaimana perbandingan kepuasan konsumen pada masing-masing pengguna iPhone dan Samsung”?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan kepuasan konsumen pengguna iPhone dan Samsung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, atau pengguna *smartphone* tersebut. Dan manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi data pada variabel kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pengguna produk *smartphone* khususnya Samsung dan iPhone.

#### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Penelitian ini akan disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

JUDUL

PERNYATAAN (tentang keaslian karya ilmiah)

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

BAB III. METODE PENELITIAN

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS