

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan mengeluarkan yang seminimal mungkin. Banyak sarana dan prasarana pejuang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjalannya persaingan pasar yang semakin ketat khususnya dibidang teknologi, informasi dan komunikasi. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) di tuntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamik.

Pada era globalisasi ini komunikasi menjadi salah satu bahasan yang sering di bincangkan di kalangan masyarakat global. Perkembangan di bidang komunikasi sangat progresif dan menghasilkan inovasi-inovasi baru yang membantu umat manusia. Terbukti dengan munculnya berbagai macam perangkat

dengan teknologi tingkat tinggi. Kemunculan teknologi telekomunikasi tingkat tinggi ini juga didorong oleh kebutuhan manusia untuk menghadapi berbagai masalah dan diselesaikan dalam waktu yang cepat dan singkat. Teknologi komunikasi yang menjadi trend di masyarakat adalah *Handphone*.

Handphone sudah tidak asing lagi bagi kalangan masyarakat umum, Handphone berasal dari dua frasa kata dalam bahasa Inggris yaitu Hand yang memiliki arti tangan dan phone yang berarti suara, Handphone adalah suatu perangkat telekomunikasi elektronik dua arah yang dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu menggunakan kabel. Hampir semua kebutuhan terbantu berkat adanya Handphone, mulai dari kegiatan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari sampai yang berkaitan dengan masalah pekerjaan. Sebuah Handphone tidak hanya digunakan untuk mengirim SMS maupun suara tetapi juga untuk mengakses E-mail, mengakses media sosial dan juga internet. Hal ini menyebabkan perusahaan yang bergerak dibisnis teknologi untuk meningkatkan penjualan dan juga memenuhi kebutuhan pelanggan.

Salah satu Handphone yang memiliki kemampuan tinggi adalah VIVO. VIVO adalah salah satu perusahaan elektronika asal Dongguan, Guangdong, Tiongkok. Perusahaan ini adalah anak dari BBK Electronics, dikomandoi oleh Shen Wei, Perusahaan ini memproduksi ponsel pintar, perangkat sandang dan layanan berbasis digital. Berdiri pada tanggal 18 September 1995 di Dongguan. Peringkat vendor yang menguasai pasar Handphone di Indonesia kembali berubah pada kuartal pertama (Q1) 2020 ini. Menurut laporan firma riset IDC, VIVO berhasil menempati urutan pertama menggeser posisi Oppo yang berada di puncak

pada kuartal sebelumnya. Pangsa pasar Handphone VIVO di Indonesia kini mencapai 27,4 persen. Angka ini meningkat dibandingkan periode yang sama pada tahun 2019 lalu. Kala itu VIVO meraup pangsa pasar sebesar 15 persen. Berdasarkan data yang dirilis IDC pangsa pasar VIVO juga meningkat sejak kuartal empat (Q4) 2019 yang lalu. Menurut IDC ini adalah pertama kalinya VIVO merajai pasar Handphone di Indonesia.

Loyalitas pelanggan menurut Tjiptono (2011:481) merupakan perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merk tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merk tersedia, merk termurah dan sebagainya). Sedangkan menurut Griffin (2010:04) seseorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana kewajiban konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Faktor yang di anggap mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan di antaranya kualitas produk dan harga yang terjangkau. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan. Menurut Kotler dan Keller (2012 : 143) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Dengan adanya kepuasan, maka akan timbul sikap konsumen seperti loyalnya konsumen terhadap produk tersebut. Maka dari itu perusahaan harus membentuk suatu kepuasan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan melalui kualitas produk yang baik. Salah satu faktor yang membuat pelanggan

tidak loyal yaitu minimnya kualitas pada handphone VIVO sebaliknya jika kualitas produk handphone VIVO bagus atau handal maka pelanggan akan loyal terhadap barang tersebut. Disamping kualitas produk harga juga sangat penting, dimana harga sangat berpengaruh pada loyalitas, dengan harga yang tinggi dari pesaing membuat konsumen akan mengambil keputusan untuk berpindah pada merk lain, begitu juga sebaliknya. Berkaitan dengan harga, hal ini juga dikuatkan oleh Menurut Assauri (2014:223) harga merupakan satu satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga merupakan nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang. Harga juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas suatu pelanggan jika harga suatu barang tidak sesuai dengan fitur yang tersedia maka akan mengakibatkan konsumen tidak loyal terhadap barang tersebut, dan begitu juga sebaliknya jika harga yang ditawarkan Handpone VIVO sesuai dengan fitur yang tersedia maka akan menyebabkan pelanggan loyal terhadap barang tersebut. Dengan kualitas yang tinggi dan harga yang murah ternyata konsumen merasa banyak kekurangan dari Handphone VIVO, hal ini juga dapat menyebabkan pelanggan tidak loyal terhadap barang tersebut.

Fenomena tentang layanan Handphone VIVO diantaranya kualitas produk Handphone VIVO masih kurang, model yang masih kurang baik, harga yang ditawarkan masih tergolong tinggi, banyaknya produk yang sejenis, hal ini membuat konsumen selalu berubah dalam menggunakan suatu produk,

perpindahan merek Handphone adalah gejala yang umum terjadi di kalangan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone VIVO di Kota Pinang”**(Studi Kasus Pelanggan-Pelanggan Era Ponsel Yang Memakai Handphone VIVO)

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada Handphone VIVO masih kurang baik.
2. Belum sebandingnya harga yang ditawarkan oleh Handphone VIVO dengan fitur yang tersedia.
3. Banyaknya produk Handphone yang sejenis beredar di pasar.

1.3. Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam penulisan dan penelitian serta pembahasan yang lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi pada masalah kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Handphone VIVO.

1.3.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Handphone VIVO.
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Handphone VIVO.
3. Apakah kualitas dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Handphone VIVO.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan Handphone VIVO.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Loyalitas pelanggan Handphone VIVO.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Loyalitas pelanggan Handphone VIVO.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini :

1. Manfaat Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan terkait dengan Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan Handphone VIVO di Kota Pinang.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk penjualan Handphone VIVO di Kota Pinang untuk dapat meningkatkan mutu penjualan di tengah-tengah persaingan yang besar.