

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada zaman serba teknologi ponsel bukanlah barang asing bagi siapapun, ini dikarenakan ponsel adalah salah satu alat komunikasi yang penting. Berbagai macam merek dan model ponsel pun mulai banyak bermunculan dengan beragam kelebihan masing-masing, ini disebabkan perkembangan industri ponsel yang sangat pesat pada masa kini. Para industri ponsel berlomba-lomba untuk membuat sebuah produk yang terbaik dan mempunyai keunggulan sebaik mungkin dari para kompetitornya, termasuk membuat ponsel biasa menjadi ponsel pintar atau disebut *smartphone*.

Smartphone diproduksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen yang semakin lama ingin hidup yang lebih praktis dan efektif dalam melakukan kegiatan-kegiatan lain melalui ponsel dengan kata lain fungsi ponsel tidak hanya sebagai alat komunikasi saja. Kebutuhan masyarakat seperti mengirim email, melakukan jejaringan sosial atau mencari berita yang kebanyakan didapatkan di internet sudah dapat dilakukan langsung dengan ponsel. Sehingga para industri seluler terus berinovasi dan menciptakan *smartphone* yang mempunyai teknologi canggih untuk sesuai dengan harapan masyarakat.

Ponsel pintar atau *smartphone* ini diciptakan selain untuk karena meningkatnya persaingan industri seluler yang semakin ketat tapi juga untuk memenuhi kebutuhan semua kalangan masyarakat di dunia untuk para pengguna

ponsel terutama masyarakat di Indonesia yang khususnya masyarakat di kota Surabaya yang menjadi kota terbesar kedua (2) setelah kota Jakarta yang mayoritas masyarakatnya memiliki ponsel pribadi. Salah satu perusahaan seluler global yang sedang berkembang pesat adalah *smartphone* Samsung, yang terus menciptakan sebuah inovasi-inovasi produk *smartphone* terbaik untuk memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat.

Samsung (telekomunikasi) adalah salah satu dari lima unit divisi bisnis perusahaan Samsung. Unit ini terdiri dari divisi telepon genggam, sistem telekomunikasi, komputer dan bisnis MP3. Produksi telepon genggam GSM pertama adalah SGH - 200. Samsung pernah mendapat penghargaan sebagai *The best manufacturer* sebanyak dua kali yang sebelumnya pernah diraih oleh Nokia dan Sony Ericsson. Samsung didirikan pada 1 Maret 1938 di Daegu, Korea, perusahaan ini beroperasi di 58 negara dan memiliki lebih dari 208.000 pekerja. Pada 2003 pendapatannya adalah US\$101,7 miliar. Sekarang ini, Samsung beroperasi di 6 bidang bisnis, yaitu telekomunikasi (telepon genggam dan jaringan), Peralatan Rumah Tangga Digital (termasuk mesin cuci, oven gelombang mikro, kulkas, pemutar VHS dan DVD, dll), media digital, LCD, semikonduktor, dan kendaraan (wikipedia.com/samsung).

Kebutuhan akan teknologi ponsel semakin lama semakin berkembang tiap tahunnya, kebutuhan ini tidak hanya untuk kalangan pembisnis atau pekerja tetapi juga kalangan pelajar juga yang ada di kota Surabaya yang menginginkan ponsel *smartphone* untuk dapat meningkatkan atau mempermudah kinerja bagi pembisnis maupun pelajar. Maka dari itu perusahaan ponsel Samsung selalu

mengembangkan inovasi-inovasi dalam menciptakan *smartphone* agar dapat memenuhi harapan pengguna Samsung maupun masyarakat pada umumnya sehingga dapat membangun kepuasan terhadap pengguna ponsel samsung.

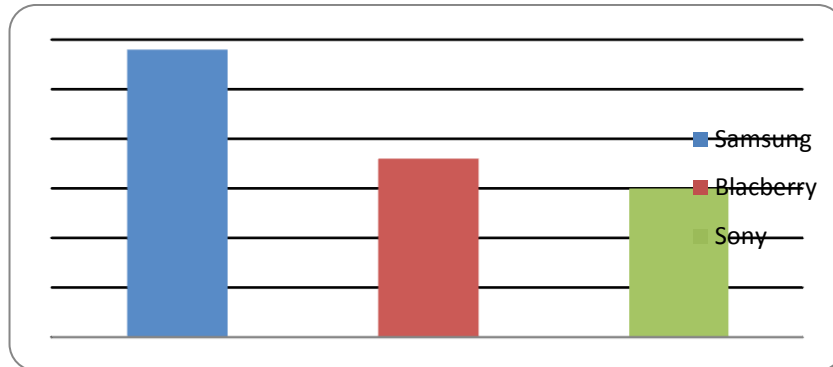
Tabel 1.1
Data Penjualan Ponsel Samsung dari tahun 2009 hingga 2011

Tahun	Unit Penjualan (dalam bilangan jutaan)
2009	227
2010	280
2011	327.4

Sumber : www.samsung.com dikases 10 desember 2012

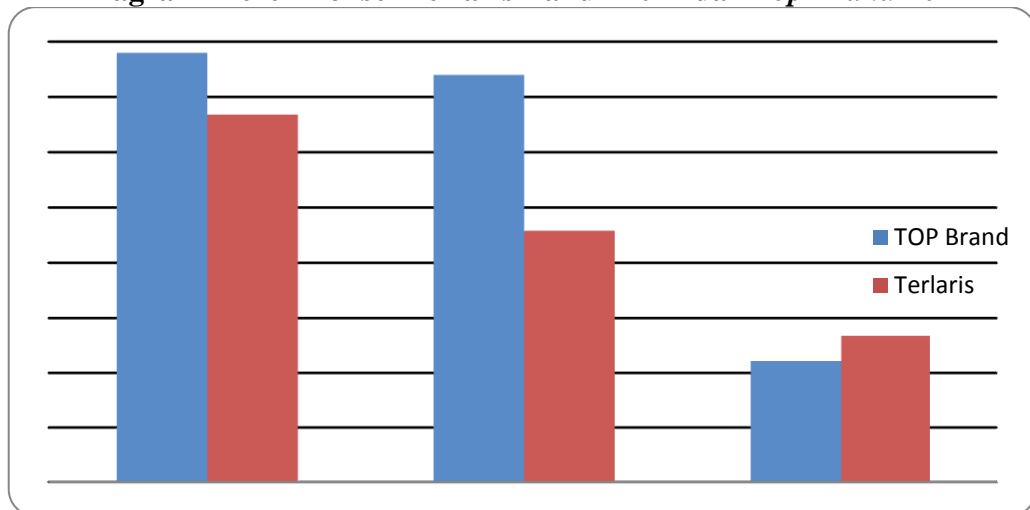
Dari data tabel diatas ini memperlihatkan bahwa pada tahun 2009 ponsel samsung terus mengalami peningkatan penjualan sampai dengan tahun 2011. Dengan fenomena ini ditunjukan dalam penelitian ini perusahaan ponsel samsung bisa menjadi *marketchallanger* di pasar ponsel di Indonesia yang pada saat ini masih didominasi oleh Blackberry dan Nokia. Ini terjadi karena kemungkinan perusahaan ponsel Samsung selain mempunyai citra perusahaan yang semakin lama semakin baik, Samsung memberikan kualitas dan nilai dalam sebuah produk sesuai dengan harapan konsumen.

Gambar 1.1
Diagram Ponsel yang Paling Dicari Tahun 2012



Sumber : www.berita-ane.com diakses 20 Maret 2013

Gambar 1.2
Diagram Merek Ponsel Terlaris Tahun 2012 dan *Top Brand* 2012



Sumber : www.berita-ane.com dan www.marketing.co.id diakses pada tanggal 20 Maret 2013

Walaupun penjualan ponsel Samsung selalu meningkat bukan berarti tidak ada sebuah permasalahan di dalamnya. Menurut data yang diperoleh merek ponsel yang paling dicari adalah ponsel Samsung sebesar 29% di ikuti dengan Blackberry 18% dan Sony/Sony Ericsson 15%, data ini sangat bertimbal balik dengan data penjualan ponsel yang paling laris. Menurut data penjualan ponsel

Samsung di Indonesia pada tahun 2012 dengan katagori ponsel yang terlaris masih kalah dengan produk ponsel lainnya seperti blackberry sebesar 33,4% dan Nokia sebesar 22,9%, sedangkan Samsung hanya sebesar 13,4%, selain itu ponsel Samsung masih kalah dengan Blackberry dan Nokia tentang *Top Brand* yang khususnya di Indonesia. Dilihat dari fenomena ini bahwa walaupun ponsel Samsung adalah ponsel yang paling dicari dan penjualan terus meningkat tetapi pada kenyataannya ponsel Samsung bukanlah merk top brand dan bukan ponsel yang terlaris di Indonesia, ini terjadi kemungkinan Samsung belum menjadi tren dalam dunia ponsel atau belum mempunyai nilai tambah seperti nilai gengsi dalam kegunaan ponsel Samsung tersebut.

Samsung juga mendapat permasalahan dengan hak paten yang di gugat oleh perusahaan Apple, disini perusahaan Apple menggugat Samsung yang dirasa telah mengkopi teknologi dari perusahaan Apple. Dari hasil persidangan itu Samsung mengalami kekalahan dari pihak Apple yang sidangnya dilakukan di negara Amerika Serikat (www.teknologi.com diakses 21 Maret 2013).

Akibat dari kemenangan Apple atas Samsung di persidangan di negara Amerika Serikat tersebut, Samsung harus mengganti rugi sebesar 250 juta dolar AS yang harus dibayar oleh Samsung dari hasil menawar nilai ganti rugi dalam persidangan. Jika dilihat dari paten dan dari jumlah ganti rugi yang dimenangkan ini adalah kasus hukum bidang teknologi yang sangat besar dalam sejarah. Hal ini sangat menghantam pengguna perangkat Android di seluruh dunia. Dalam persidangan itu para 9 juri telah membuat keputusan bahwa Samsung telah menjiplak Iphone dengan pelanggaran 6 paten. Kejadian ini mengakibatkan hal

buruk seperti akan ditariknya ponsel Android dari pasaran untuk didesain ulang. Dalam jangka pendek akan dirasakan konsumen yaitu pasokan ragam ponsel Android akan banyak berkurang dan menjadikan konsumen kekurangan pilihan dalam menemukan ponsel Android yang diharapkan atau diinginkan (www.android.gopego.com diakses 25 Maret 2013).

Efek dari hasil persidangan Samsung dan Apple yang dimenangi oleh Apple berakibat selain berkurangnya produsen perangkat Android juga fitur-fitur di dalam sistem Android berkurang atau dihapus yaitu :

- a. Fungsi zoom tak lagi dipakai
- b. 'Rubber-banding' sudah tidak ada di Android
- c. Android tanpa 'slide to unlock'
- d. Blokir multitouch gestures di Android
- e. Tidak ada universal dan pesaing siri
- f. Tidak ada lagi aplikasi atau icons yang mirip ios dan ponsel mirip Iphone

Dalam fenomena persidangan Samsung dengan Apple ini yang di menangkan oleh pihak Apple atas gugatannya kepada Samsung telah menjiplak teknologi Iphone, hal ini akan berdampak bisa terjadinya buruknya citra sebuah perusahaan Samsung karena dalam persidangan Samsung telah terbukti melanggar hak paten dari Apple. Citra perusahaan adalah persepsi yang muncul dalam benak pikiran calon konsumen. Persepsi seseorang terhadap perusahaan muncul berdasarkan tentang apa yang masyarakat ketahui tentang suatu perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan menimbulkan persepsi yang baik sebaliknya juga jika

membunyi citra yang buruk akan menimbulkan persepsi yang buruk. Menurut Sutojo (2004;2) citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil macam keputusan penting. Contoh dalam keputusan itu seperti membeli barang tersebut, berlangganan atau merekomendasikan produk perusahaan terhadap orang lain.

Selain itu dari fenomena ini mengakibatkan perangkat Android banyak yang berkurang atau dihapus dikarenakan melanggar hak paten dari Apple dan mengakibatkan juga berkurangnya produsen perangkat Android sehingga harapan konsumen atas kualitas dan nilai dari sistem Android juga dapat turun.

Salah satu faktor yang membuat konsumen merasakan kepuasan adalah harapannya bisa terpenuhi dengan baik. Konsumen dianggap kecewa apabila harapannya kepada produk atau jasa tidak terpenuhi. Harapan pelanggan sebagai perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Dengan demikian perusahaan harus mampu memenuhi perkiraan pelanggan sesuai dengan kualitas produk.

Juga terdapat beberapa masalah kualitas yang dialami oleh pengguna ponsel Samsung yaitu beberapa produk ponsel Samsung yang dikeluhkan oleh penggunanya adalah masalah sistem dari ponsel tersebut seperti ponsel tiba-tiba mati sendiri selain itu sistem keamanan dalam Android Samsung yang masih terbilang lemah. Pengguna Samsung juga mengeluhkan daya tahan ponsel tersebut yaitu baterai yang cepat habis dan ponsel gampang panas. Tentunya hal ini sangat mengurangi tingkat kualitas dan nilai yang akan dirasakan oleh konsumen.

Kualitas yang dirasakan pelanggan didasarkan pada perspektif pelanggan perusahaan yang bersangkutan, dengan mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan yakini bahwa mereka dapatkan dari pembelian dan penggunaan produk tertentu. Menurut Kotler (2009:136) nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya.

Kualitas dan nilai yang baik perlu diimbangi dengan produk yang bagus. Kualitas dan nilai yang dirasakan konsumen adalah terpenting untuk membedakan antara produk satu dengan produk yang lainnya atau perbedaaan dengan produk merek yang lain.

Berdasarkan uraian tersebut maka penting bagi pihak perusahaan penyedia produk dan jasa telepon selular untuk mengetahui seberapa besar pengalaman pelanggan ditinjau dari variabel citra perusahaan, harapan pelanggan, kualitas yang dirasa, dan nilai yang dirasa. Hubungan yang mencerminkan hal tersebut diatas dituangkan dalam sebuah penelitian mengenai: **PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN HARAPAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS YANG DIRASA DAN NILAI YANG DIRASA KEPADA PENGGUNA PONSEL SAMSUNG ANDROID DI KOTA SURABAYA**

1.2 PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan citra perusahaan terhadap harapan pelanggan kepada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya ?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap kualitas yang dirasa kepada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap nilai yang dirasa kepada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian tentang pengaruh citra perusahaan dan harapan pelanggan terhadap kualitas yang dirasa dan nilai yang dirasa pada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan citra perusahaan terhadap harapan pelanggan pada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harapan pelanggan dengan kualitas yang dirasa pada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harapan pelanggan dengan nilai yang dirasa pada pengguna ponsel Samsung Android di kota Surabaya

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah setelah diketahui dari tujuan penelitian, maka dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi perusahaan ponsel Samsung

Bagi perusahaan ponsel Samsung, dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk melihat seberapa besar peranan sebuah citra perusahaan dan harapan pelanggan terhadap kualitas yang dirasa dan nilai yang dirasa.

2. Bagi STIE PERBANAS SURABAYA

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan dapat juga digunakan sebagai sumber informasi atau bahan acuan penelitian yang sama sehingga penelitian yang dihasilkan akan menjadi lebih baik.

3. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat menerapkan suatu ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan dipelajari dari sudut pandang ilmu pemasaran serta penulis memperoleh gambaran baru tentang ilmu pengetahuan pemasaran yang telah dilakukan peneliti.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Untuk mempermudah cara penulisan, penulis membagi proposal metode penelitian ini kedalam bab-bab secara teratur dan sistematis. Dengan cara penulisan tersebut, maka memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap-tiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan proposal metode penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penyelesaian penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan realibilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan gambaran tentang subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif , analisis statistik, dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, saran untuk obyek yang diteliti dan saran untuk penelitian yang akan datang