

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di perkembangan zaman sekarang ini teknologi dapat merubah lingkungan. Lingkungan yang membuat orang membutuhkan alat teknologi yang mudah untuk membantu dirinya dalam menjalankan seluruh aktivitas. Teknologi dapat diartikan dengan alat bantu yang bisa membuat seseorang melakukan seluruh aktivitas dengan mudah. Untuk itu pada perkembangan zaman sekarang ini teknologi dapat merubah suatu pemikiran dengan pola perilaku konsumen. Teknologi yang sekarang ini dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat salah satunya adalah *Smartphone*. Dapat kita ketahui awal mula timbulnya perkembangan *Smartphone* ditandai dengan banyak *Smartphone* yang bersaing dengan ketat untuk mendapatkan konsumen. Iphone, Nokia, Samsung merupakan *Smartphone* yang menawarkan fitur-fitur canggih. *Smartphone* terdahulu memiliki kekurangan yaitu harga yang cukup mahal dan fitur yang terbatas sehingga menghambat perkembangan dipasaran. Melihat hal tersebut Oppo *Electronic Corp, Ltd* pun ikut serta dalam meramaikan pasar *Smartphone*.

Oppo *Electronic Corp, Ltd* berdiri pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik di Dongguan, Guangdong, China. Sebelum menuju ke pasar *Smartphone*, Oppo memproduksi peralatan elektronik seperti DVD, *portable media player*, MP3 *player*, LCD TV, Disc *player*, *ebook*. Pada tahun 2008 Oppo mulai

masuk ke pasar *Smartphone* dan terus melakukan promosi untuk memperkenalkan *brandnya*. Oppo mempromosikan produknya melalui media cetak, iklan di TV, Internet, dan masih banyak lagi. Bahkan Oppo banyak memakai artis terkenal di Indonesia untuk menjadi *brand ambassador* seperti Raisa Andriana. Dengan cara tersebut, Oppo sukses menarik perhatian publik.

Oppo menjadi salah satu produsen *Smartphone* dengan penjualan yang terus meningkat setiap tahunnyadapat dibuktikan dengan tabel dibawah ini

2015			2016			2017		
MERЕК	TBI	TOP	MERЕК	TBI	TOP	MERЕК	TBI	TOP
Samsung	29.7%	TOP	Samsung	43.4%	TOP	Samsung	46.4%	TOP
Blackberry	24.7%	TOP	Nokia	10.9%	TOP	Nokia	8.8%	
Nokia	16.7%	TOP	Blackberry	9.8%		Blackberry	8.0%	
iPhone	4.5%		iPhone	5.8%		iPhone	5.1%	
Smartfren	3.8%		Smartfren	5.4%		Smartfren	5.1%	
Cross	3.0%		Lenovo	4.0%		Lenovo	4.4%	
Advan	2.9%		Oppo	3.4%		Oppo	4.1%	
Mito	2.5%		Asus	3.2%		Asus	3.8%	
Lenovo	2.4%							
Oppo	2.2%							

Sumber: *Top Brand Awards (2017)*

Gambar 1. 1
TOP BRANDSMARTPHONE INDONESIA

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena loyalitas pelanggan memang penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan menempatkan loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh Inovasi produk, Kualitas produk dan Citra merek. Perusahaan saat ini tidak hanya berhadapan dengan kondisi persaingan tetapi juga berhadapan dengan konsumen yang keinginan dan kebutuhannya selalu berubah, sehingga setiap perusahaan

sangat mengharapkan memiliki konsumen yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki konsumen yang loyal antara lain: mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal), mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pemesanan), mengurangi biaya *turnover* pelanggan (karena pergantian pelanggan lebih sedikit), dan mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya pergantian) (Roringdkk., 2014).

Hal ini berpengaruh dengan keputusan konsumen untuk menggunakan atau membeli sebuah produk. Dan perkembangan yang modern ini terdapat perusahaan yang menciptakan produk baru dengan merek dan fitur yang berkualitas sehingga konsumen tertarik menggunakan merek yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Meskipun dengan majunya ilmu teknologi pada saat ini *Smartphone* tidak hanya dapat digunakan untuk menelpon dan mengirim pesan sms saja, *Smartphone* juga dapat digunakan untuk membuka E-mail, bermain game atau komunikasi melalui internet. Dengan bentuknya yang cukup bagus *Smartphone* mudah dibawa dan *Smartphone* memiliki aplikasi yang cukup banyak. *Smartphone* adalah salah satu pilihan yang baik terutama dengan *Smartphone* merek Oppo yang kecanggihannya mengikuti zaman. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya Inovasi produk, Kualitas produk dan Citra merek.

Inovasi produk merupakan sebuah hal penting untuk membangun loyalitas karena ketika sebuah produk memiliki inovasi yang baik dan mengikuti zaman

secara otomatis pelanggan akan menyukai produk tersebut dan menimbulkan loyalitas secara alami. Kunci utama memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi, inovasi harus diciptakan perusahaan karena inovasi adalah salah satu sumber pertumbuhan perusahaan. Inovasi produk salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (masda, 2012). Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas dan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

Kualitas produk merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan berbicara mengenai produk, maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Kualitas produk berhubungan dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan bernilai lainnya. Jadi, kualitas produk ditunjukkan dari keseluruhan karakter dari sebuah produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan.

Jika perusahaan ingin unggul dalam persaingan perusahaan harus tahu aspek apa saja yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk pesaing. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ada saat ini perusahaan harus memperhatikan bagaimana membangun dan memberikan kualitas produk yang baik. Kualitas yang diberikan perusahaan

memiliki peran yang sangat besar dan menentukan apakah konsumen dapat bertahan dan loyal terhadap perusahaan.

Citra merek merupakan sebuah persepsi dimana konsumen akan menilai produk yang dibuat perusahaan baik atau buruknya. Citra merek yang baik akan mengubah konsep pemikiran konsumen tentang produk perusahaan karena dapat membuat konsumen merasakan merek yang akan digunakan memiliki nilai lebih dan ingin menggunakan produk tersebut, dengan demikian citra merek tentu saja termasuk hal yang mempengaruhi loyalitas secara alami dengan citra yang telah tertanam di benak konsumen. Citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Citra merek merupakan apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek. Seorang konsumen menggambarkan apa yang mereka pikirkan mengenai sebuah merek dan apa yang mereka rasakan mengenai merek tersebut ketika mereka memikirkannya (Roring dkk., 2014).

Dengan adanya argumentasi diatas maka dengan refrensi pengguna *Smartphone* Oppo maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “ Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya ?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya ?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya ?
4. Apakah inovasi produk, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya ?

1.3 **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya.

1.4 **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mengembangkan kemampuannya dalam menganalisis dan mendapatkan keterkaitan dengan pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo.

2. Bagi perbanas STIE PERBANAS SURABAYA

Penelitian ini diharapkan nantinya bisa bermanfaat dan dapat menambah koleksi untuk perpustakaan STIE PERBANAS SURABAYA dan kelak jika ada peneliti membahas tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas *Smartphone* Oppo.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memberi informasi serta manfaat dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga bisa dipelajari dalam mengenai *Smartphone* Oppo

4. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan mengenai faktor yang mendasari inovasi produk, sehingga perusahaan dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi pemasaran yang tepat pada masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika ini dibagi dalam beberapa bab secara beruntun. Masing masing bab terdiri dari beberapa sub-sub bab yang disusun secara sistematis yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel yang digunakan, definisi operasional dan definisi pengukuran variabel, penjelasan tentang populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, penjelasan tentang data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran Sunyek Penelitian, Analisis data dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran.