

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Niat pembelian ulang merupakan indikator yang penting untuk memprediksikan kelanjutan konsumen dalam membeli suatu produk baik barang maupun jasa atas pembelian yang sudah dilakukan sebelumnya (Tatik Suryani, 2013:14). Agar konsumen memiliki *niat pembelian ulang* terhadap sebuah produk dibutuhkan faktor *kepercayaan* dan *kepuasaan*. Selain itu juga diperlukan beberapa faktor *kepuasaan* karena dengan perasaan puas, maka konsumen ingin melakukan pembelian lagi.

Saat ini, yang menjadikan pusat perhatian berkembangnya teknologi adalah produk *handphone*. Dimana banyak perusahaan telah menawarkan berbagai jenis *handphone* yang beragam dan inovatif khususnya *smartphone* *Apple*, Perusahaan *Apple* tetap menjaga kualitas dari produk-produk yang dibuatnya, hal ini sudah sangat dipercaya oleh para konsumen dari produk *Apple*.

Baru-baru ini *International Data Corporation* (IDC) merilis data *market share smartphone* dan ponsel di seluruh dunia untuk kuartal kedua tahun 2013. Secara keseluruhan pasar ponsel di seluruh dunia meningkat 6,0% di kuartal kedua 2013 dibandingkan tahun lalu.

Tabel 1.1
TOP FIVE SMARTPHONE VENDORS, SHIPMENTS, AND MARKET SHARE,
2013 Q2

Vendor	2013 Unit Shipments	2013 Market Share	2012 Unit Shipments	2012 Market Share	Year-over-year-Change
Samsung	72,4	30,4%	50,3	32,2%	43,9%
Apple	31,2	13,1%	26,0	16,6%	20,0%
LG	12,1	5,1%	5,8	3,7%	108,6%
Lenovo	11,3	4,7%	4,9	3,1%	130,6%
ZTE	10,1	4,2%	6,4	4,1%	57,8%
Others	100,8	42,4%	62,8	40,2%	60,5%
Total	237,9	100%	156,2	100,0%	52,3%

Sumber : <https://dailysocial.id/post/top-5-market-share-smartphone-q2-2013-menurut-idc-samsung-memimpin-apple-melempem>

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, *Apple* justru mencatatkan pertumbuhan *market share* tahunan paling rendah yakni sebesar 20.0%, di kuartal kedua 2013 pun *Apple* mengalami penurunan *market share* dari 16.6% menjadi 13.1% walaupun pengiriman produk *Apple* mengalami peningkatan cukup baik meningkat dari 26 juta unit menjadi 31.2 juta unit.

Market share smartphone kuartal kedua 2013 ditandai dengan dominasi *Samsung* yang berhasil mencatatkan pertumbuhan *market share* sebesar 30,4% atau pertumbuhan sebesar 43,9% dari tahun ke tahun. Menyusul setelah *Samsung* ada *Apple*, *LG*, *Lenovo*, dan *ZTE* dengan *market share* sebesar 13,1%, 5,1%, 4,7%, dan 4,2%. Pertumbuhan tahunan paling baik dicatatkan oleh *Lenovo* dan *LG* sebesar 130,6% dan 108%, sementara *Apple* sebesar 20%.

Pada saat ini *smartphone Apple* dihadapkan terhadap persaingan yang sangat ketat dengan sesama vendor *smartphone* lainnya. Karena banyaknya *smartphone* lain yang menghasilkan produk yang sejenis. Tingginya tingkat persaingan menyebabkan pada produsen harus memikirkan strategi yang baik untuk memenangkan persaingan. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan

efisiensi dan efektivitas dari berbagai sumber dayanya, kondisi ini juga terjadi pada perusahaan *smartphone* bagi yang baru maupun yang lama diharapkan mampu menjawab tantangan pasar dan memanfaatkan peluang pasar.

Produk *Apple* memiliki kualitas yang sangat baik dan lengkap dikarenakan banyaknya pengguna yang ingin membeli dan memiliki kembali produk dari *Apple*. Banyak kalangan yang menggemari produk *Apple* yang memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen dapat percaya dan merasa puas dengan produk *Apple* tersebut. Keinginan untuk membeli ulang sebagai akibat dari *kepuasaan* ini adalah keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk (Tatik Suryani, 2013).

Hal ini disebabkan *kepuasaan* merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang dari masa ke masa membuat produk-produk yang di pasarkan oleh produsen semakin beragam dan memiliki keunggulan dari masing-masing produk. *Kepercayaan* maupun *kepuasaan* dari para konsumen tersebut tentu menguntungkan bagi sebuah perusahaan dalam hal memilih produk yang tepat dan pantas sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas maka judul yang saya ajukan untuk diteliti adalah **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE APPLE DI SURABAYA”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *kepercayaan* konsumen berpengaruh pada *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya?
2. Apakah *kepuasan* konsumen berpengaruh pada *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya?
3. Apakah *kepercayaan*, dan *kepuasan* secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat disampaikan pada penulisan ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *kepercayaan* terhadap *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh *kepuasan* terhadap *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh *kepercayaan*, dan *kepuasan* terhadap *niat pembelian ulang smartphone Apple* di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat adalah sebagai berikut:

A. Bagi Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini bisa mengembangkan dan memperkaya pengetahuan di bidang *kepercayaan*, dan *kepuasaan* terhadap *niat pembelian ulang smartphone Apple*.

B. Bagi Perusahaan

Terutama bagi pihak manajemen perusahaan, dapat menyumbangkan pemikiran yang mungkin berguna bagi perusahaan dalam memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi, memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada saat ini, dan juga mempertahankan eksistensi yang telah dicapai perusahaan.

C. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini sebagai bahan perbandingan dalam penelitian pada masa yang akan mendatang, khususnya manajemen pemasaran mengenai pengaruh *kepercayaan*, *kepuasaan* terhadap *niat pembelian ulang*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai Pendahuluan berisi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan, dan Kegunaan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Tinjauan Pustaka yang menguraikan tentang penelitian terdahulu yang selain menjadi rujukan juga menjadi perbandingan dengan penelitian ini. Selain itu, berisi pula

Landasan Teori yang berkaitan dengan Kerangka Pemikiran serta Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel, Populasi dan Sampel, Teknik Pengambilan Sampel Data dan Metode Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran Subyek Penelitian, dan Analisis Data yang terdiri dari Analisis Deskriptif, Pengujian Hipotesis, dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan Penelitian, Keterbatasan Penelitian, dan Saran untuk Perusahaan dan Peneliti selanjutnya.