

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Samsung adalah perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di Dunia dan merupakan ikon dari Samsung Group yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Samsung memulai sejarahnya pada tahun 1938 awalnya sebagai perusahaan trading, mengirimkan ikan kering dan buah-buahan dan didirikan oleh Lee Byung-Chul. Pertama kali Samsung mengeluarkan handphone pada dekade 90'an. Samsung Group mengeluarkan Mobile Phone (handphone) berawal mengikuti perkembangan jaman yang ternyata lumayan menarik pasar dunia. Mawston (2011: 17) mengatakan pertumbuhan Samsung yang mengesankan tersebut disebabkan oleh desain ponsel yang menarik, fitur yang canggih dan penggunaan sistem android serta jaringan distribusi yang luas secara global.

Suatu bisnis pasti banyak produk lain yang memiliki jenis produk yang sejenis dengan ponsel Samsung di antaranya Nokia, BlackBerry, i-Phone, dan lain-lain sebagai perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis. Menurut Basu Swastha Irwan (2002: 168) suatu produk mengomunikasikan manfaat-manfaat yang dimiliki melalui atribut produk yang berwujud seperti merek, kemasan, pelayanan, mutu, desain, dan harga produk.

Suatu merek memberikan berbagai macam petunjuk bagi para pelanggan, termasuk di dalamnya bisnis, budaya, penampilan, proses pekerjaan, dan juga trademark. Sekali suatu merek diterima oleh konsumen, maka pemasaran produk jasa akan lebih mudah diterima. Ketika hampir semua perusahaan menawarkan produk yang hampir seragam, maka kualitas, identitas, dan merek perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk membedakannya dengan produk lainnya.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk (Thamrin, 2003: 141). Thamrin (2003: 144) melanjutkan, tingginya minat beli ulang akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ponsel Samsung Di Universitas Muhammadiyah Surakarta”**.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan?

3. Apakah kualitas harga berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk, layanan, dan harga berpengaruh secara bersama-sama?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui kualitas harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, layanan, dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada Perusahaan Samsung untuk melihat kualitas produk, layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga nantinya dapat memberikan dampak positif.

2. Bagi Akademis

Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDHULUAN

Dalam bab ini mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini berisi uraian mengenai landasan teori yang melandasi penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai jenis penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, penentuan sampel, serta model analisis yang digunakan.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran umum perusahaan, analisis, dan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.