

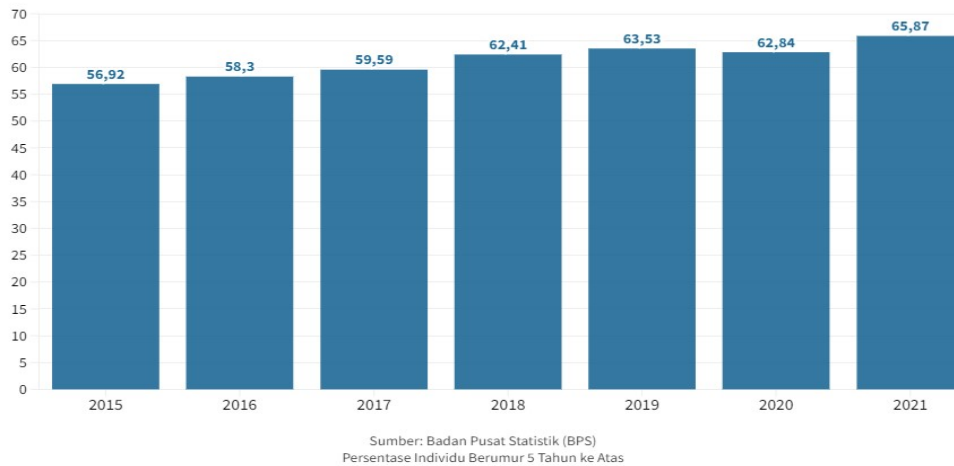
## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan untuk berkomunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting bagi setiap orang. Kebutuhan tersebut mengakibatkan meningkatnya kebutuhan layanan jasa telekomunikasi. Peningkatan tersebut membuat perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna smartphone yang terus meningkat. Melihat fenomena seperti ini, akhirnya banyak perusahaan yang menanggapi bidang telekomunikasi ini. Hal tersebut dapat di lihat pada gambar 1 di bawah

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia**



Sumber: data indonesia.id 2021

Persentase pengguna telepon genggam di Indonesia cenderung meningkat. Pada 2021, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, persentase pengguna telepon genggam di dalam negeri mencapai 65,87%. Persentase itu meningkat dibandingkan

pada 2020 yang sebesar 62,84%. Angkanya pun menjadi yang paling tinggi dalam tujuh tahun terakhir. Melihat trennya, persentase pengguna telepon genggam di Indonesia terus naik di kisaran 1%-3% setiap tahunnya, kecuali pada 2020. Ketika itu, persentase pengguna telepon genggam turun menjadi sebesar 62,84%. Adapun, Kepulauan Riau menjadi provinsi dengan persentase pengguna telepon genggam tertinggi pada 2021, yakni 81,83%. Posisinya diikuti oleh Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara dengan persentase masing-masing sebesar 81,10% dan 76,02%. Sementara, Papua menjadi provinsi dengan persentase pengguna telepon genggam terendah pada tahun lalu, yakni 38,94%. Di atasnya ada Nusa Tenggara Timur dan Maluku Utara yang masing-masing sebesar 51,92% dan 59,08%.

Perangkat *smartphone* berbeda dengan telepon genggam atau ponsel yang hanya berfungsi untuk menelepon dan mengirim pesan singkat karena *smartphone* adalah sebuah perangkat telepon cerdas yang memiliki fitur standar ponsel dan dilengkapi dengan berbagai macam fitur canggih seperti web browser, e-mail, kamera, video recorder, pemutar audio dan video, penyimpanan data, bermain game, dan masih banyak fitur-fitur lainnya. Merek *smartphone* yang telah memasuki pasar Indonesia antara lain: Nokia, OPPO, Lenovo, iPhone, Samsung, dan merek lainnya. Salah satu vendor yang sedang ramai dibicarakan adalah Oppo electronic corp.

Oppo *Mobile Communications Co, Ltd* adalah produsen elektronik yang bermarkas di Dongguan, Guangdong, Cina. Produk utamanya termasuk MP3 player, pemutar Media portabel, LCD-TV, eBook, pemutar DVD/Cakram Bluray dan telepon genggam. Didirikan pada tahun 2004, perusahaan ini telah terdaftar dengan nama merek Oppo di belahan dunia. Oppo adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan terancang di lebih dari 20 negara, termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. Oppo berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas. Oppo berusaha keras mengejar teknologi terkini, standar kualitas perangkat lunak tertinggi, dan mewujudkan pengalaman pengguna yang terbaik.

Oppo *Mobile Communications Co, Ltd* merancang, memproduksi, dan mempromosikan produk Oppo sendiri supaya pelanggan bisa mendapatkan produk yang paling andal dan canggih dari awal sampai akhir. Sejak didirikan di tahun 2004, Oppo telah berusaha membawakan ideologi ini kepada para penggunanya di seluruh dunia. Setelah berhasil memasuki pasar ponsel di tahun 2008, Oppo mulai membentangkan sayapnya memasuki pasar internasional di tahun 2010 dan membuka bisnis global untuk pertama kalinya pada bulan April 2010 di Thailand. Saat ini, OPPO sudah hadir di 21 pasar di seluruh dunia. Oppo Smartphone merupakan salah satu produk smartphone yang berbasis android yang belum lama memasuki pangsa pasar konsumen di Indonesia, produk Oppo Smartphone ini menawarkan produk telepon genggam canggih dengan fitur yang lengkap dan menarik, serta tampilan yang sangat elegan dan mewah, namun dengan tawaran dengan harga yang relatif dapat terjangkau.

Kehadiran Oppo Smartphone menambah persaingan pemasaran produk smarphone berbasis android pada pangsa pasar konsumen di Indonesia, yang mana pada saat ini persaingan dalam memasarkan produk smartphone yang berbasis android sangat ketat, dengan semakin banyaknya merek-merek smartphone yang berbasis android dengan berbagai kelebihan dan keistimewaan dari produk masing-masing, merek-merek smartphone yang lebih dahulu masuk dan dipasarkan di Indonesia seperti Samsung, Advan, Lenovo, Maxtron, Apple, dan merek lainnya menjadi pesaing berat bagi Oppo Smartphone dalam memasarkan produknya kepada masyarakat.

Persaingan dalam pemasaran dan promosi inilah yang menjadi kendala atau masalah pokok yang harus diperhatikan dalam penjualan, sama halnya dengan Oppo Smartphone yang merupakan perusahaan yang belum lama berdiri di Indonesia yaitu sejak bulan April tahun 2013 lalu, tidak dipungkiri sangat memiliki banyak pesaing dengan perusahaan yang sudah lama berkembang di Indonesia. Bagi perusahaan smartphone yang pusatnya berada di negeri Cina ini merupakan tantangan besar untuk memenangkan persaingan dan mengambil perhatian masyarakat dan khalayak luas untuk menggunakan dan mempercayakan kepada

produk-produk yang telah di produksi oleh Oppo Smartphone untuk digunakan sebagai alat berkomunikasi tepat guna yang sudah sangat modern serta mengikuti jaman sesuai spesifikasi produk yang berbasis smterkaartphone android yang sedang marak belakangan ini, yang banyak sekali memberikan kemudahan dan fasilitas yang sangat lengkap bagi pemakainya. Hal ini merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh perusahaan jika ingin tetap mempertahankan eksistensi dalam persaingan bisnis di Indonesia.

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan Smartphone Indonesia**

<b>Nama Merk/Tahun</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
SAMSUNG	23%	22%	18.5%	18.9%
XIAOMI	22%	20%	15.3%	19.2%
OPPO	20%	19%	18.3%	18.0%
VIVO	7%	13%	23.3%	19.6%
OTHERS	28%	15%	10.6%	12.8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Sumber: gizmologi.id 2021

Pada tahun 2018 OPPO mengalami penurunan sebesar 20% Pada tahun 2019 *Smartphone* Samsung masih memiliki urutan yang pertama dan tidak dapat digeser dengan Smartphone lain dengan jumlah 22% sedangkan di tahun 2019 Oppo memiliki penurunan dengan jumlah 19% dan *smartphone* OPPO di urutan nomer tiga tergeser oleh *smartphone* Xiaomi menggeserkan *smartphone* OPPO.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:13) kepuasan merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang mereka rasakan dengan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak merasa puas, apabila kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas.

Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu komponen penting dalam perkembangan dan peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari konsumen tersebut. Sangadji dan Sopiah

(2018:180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidak puasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang nyata atau yang benar-benar terjadi dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.

**Tabel 1. 2**  
**Data Hasil Wawancara Kepuasan konsumen**

Jenis Permasalahan	Presentase Jumlah Responden	Iya	Tidak	Jumlah
<u>Kepuasan konsumen</u>				
Ketidakpuasan dalam mendapatkan jaminan	75%	15	5	20
Ketidakpuasan dalam fitur yang diberikan	70%	17	3	20
Kurangnya rekomendasi dalam menggunakan produk smartphone oppo	60%	16	4	20

Sumber : Pra Survey Pelanggan OPPO 2022

Konsumen yang telah memiliki desain produk dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk membeli produk tersebut dibanding produk lainnya.

Desain produk adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Dengan semakin ketatnya persaingan, desain akan menjadi salah satu cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan. Semua hal-hal yang telah disebutkan merupakan parameter-parameter desain. Semuanya menegaskan betapa sukarnya tugas mendesain produk dengan segala keterbatasannya.

**Tabel 1. 3**  
**Data Hasil Wawancara Desain Produk**

Jenis Permasalahan	Presentase Jumlah Responden	Iya	Tidak	Jumlah
<u>Desain produk</u>				
Warna yang monoton (warna yang sama dari tahun ketahun)	80%	18	2	20
Baterai cepat habis	80%	18	2	20
Memori tidak sesuai	70%	17	3	20

Sumber : Pra Survey Pelanggan OPPO 2022

Kotler dan Keller (2017:10) mengatakan bahwa “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan pelanggan”. Menurut Stanton (2005:67-68) tujuan dari desain produk adalah “menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi pula, menghasilkan produk yang menjadi trend pada masanya, membuat produk dengan seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya yang dikeluarkan tidak mengurangi nilai jual produk tersebut”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:13) kepuasan merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang mereka rasakan dengan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak merasa puas, apabila kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas. Selain dari segi desain produk smartphone Oppo harus mengambil kepercayaan konsumen, sehingga oppo terus melakukan inovasi di dalam pengembangan desain produk, dan kualitas produk. Keberhasilan Oppo di mulai dengan peluncuran Smartphone oppo F1 sehingga oppo terus menerus mengeluarkan inovasi-inovasi lain agar konsumen terus percaya bahwa OPPO memiliki inovasi yang bagus dengan kualitas baik.

Kepercayaan merupakan suatu bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk. Pada dasarnya

kepercayaan akan timbul apabila produk yang dibeli oleh seseorang konsumen mampu memberikan manfaat atau nilai yang di inginkan konsumen pada suatu produk kepercayaan adalah kesediaan atau kerelaan untuk bersadar pada rekan yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, kejujuran bertanggung jawab, ringan tangga dan berhati baik.

**Tabel 1. 4**  
**Data Hasil Wawancara Kepercayaan konsumen**

Jenis Permasalahan	Presentase Jumlah Responden	Iya	Tidak	Jumlah
<u>Kepercayaan konsumen</u>				
Ketidaksesuain dalam mendapatkan jaminan kepuasan	80%	18	2	20
Ketidaksesuain dalam memberikan informasi	70%	17	3	20
Kurangnya pelayanan customer service	60%	16	4	20

Sumber : Pra Survey Pelanggan OPPO 2022

Ada juga masalah lain yang ada di smartphone oppo adalah pus notifikasi tidak muncul atau tidak terlihat dalam hal ini tentunya pengguna akan merasa kurang nyaman karna setiap ada pesan baru yang masuk melalui aplikasi perpesanan seperti whatsapp dan line. Kemudian memori yang tidak cukup sehingga pengguna tidak nyaman saat mengakses suatu aplikasi tetapi memori tidak cukup dan konsumen masih menilai negative untuk smartphone asal dari china karena smartphone tersebut masih memiliki kualitas yang rendah (www. selular.id 2017).

Berdasarkan pra survei yang dilakukan terhadap masyarakat Kecamatan Cibitung, Bekasi menyatakan bahwa yang menggunakan smartphone oppo dan yang sudah menggunakan smartphone oppo sering mengalami reboot sendiri sedangkan pemakaiannya itu belum dalam jangka waktu lama, ketika saat di restart ulang hanya

logo saja yang muncul dan itu cukup lama. Kemudian memori cepat penuh sedangkan saat membeli smartphone oppo salesnya menjelaskan bahwa smartphone oppo memiliki memori yang besar dibandingkan smartphone lain tetapi tidak sesuai kenyataannya.

Hasil dari pra reseach yang berjumlah 10 pengguna smartphone merek OPPO untuk desain produk jumlah presentase responden warna yang monoton (warna yang sama %dari tahun ketahun) sebesar 80% mengatakan iya, baterai cepat habis sebesar 80% mengatakan iya,dan memori yang tidak sesuai sebesar 70% mengatakan iya.

Sedangkan hasil dari pra reseach dari kepercayaan konsumen yang berjumlah 10 pengguna smartphone merek oppo resiko kerusakan tidak dijamin sebesar 80 %, ketidakpuasan terhadap foto pada kamera smartphone oppo sebesar 70% dan software yang mudah rusak sebesar 60%.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor (2013:201) adalah sebagai berikut: “Kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Kotler dan Armstrong (2014) juga mendefinisikan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Alasan peneliti memilih smartphone Oppo karena dalam pemasaran oppo lebih agresif dalam melakukan pemasaran.

Berdasarkan hasil uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Smartphone Oppo”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo?



2. Apakah pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo?

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Smartphone Oppo
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Smartphone Oppo

Manfaat penelitian tersebut adalah:

Penulis berharap penelitian memiliki manfaat baik bagi penulis maupun bagi pihak –pihak terkait dari peneliti ini. Adapun manfaatnya sebagai tersebut:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan kualitas produk yang akan dibuat agar sesuai dengan keinginan pelanggan

2. Bagi peneliti

Secara akademis memberikan gambaran keada pembaca sebagai petunjuk yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian dan dapat menjadi tambahan pertimbangan informasi dan pengetahuan bagi penulis dan pembaca penelitian ini.

3. Bagi pembaca

Bagi pembaca diharapkan dapat sebagai referensi dalam menentukan pembelian produk smartphone Oppo.

### **1.4 RUANG LINGKUP DAN PEMBatasan MASALAH**

Meningkat luasnya masalah dan keterbatasan waktu serta data yang tersedia maka penyusunan membatasi ruang lingkup masalah hanya pada bagaimana persepsi

konsumen terhadap pengaruh desain produk dan kepercayaan konsumen, serta terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo tersebut.

Banyak perusahaan telekomunikasi atau sering disebut smartphone semakin ketat persaingannya sehingga perusahaan harus memikat para konsumen agar membeli produk yang dijual oleh perusahaan tersebut, di dalam perusahaan smartphone desain produk sangat lah penting karna dengan membuat inovasi-inovasi baru konsumen akan semakin tertarik terhadap produk tersebut. Menurut Pramono (2012:29) mendefinisikan desain atau rancangan produk pesaing totalitas keistimewaan yang mempengaruhi dari penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan

Berdasarkan uraian diatas dan sesuai dengan judul skripsi diatas, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian berkaitan dengan desain produk dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi.
2. Variabel yang dilakukan adalah desain produk, kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen
3. Populasinya adalah masyarakat yang menggunakan smartphone OPPO

### **1.5 Sistematika Pelaporan**

Dalam pelaporan atau hasil penelitian ini di susun secara sistematis dan terinci, penulis membaginya dalam lima bab beberapa sub bab supaya memudahkan pembatasan terhadap permasalahan penelitian. Sistematika pelapor hasil pelapor hasil penelitian selengkapnya sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah dan sistematika pelaporan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam pembahasan penelitian. Landasan teori yang digunakan menyangkut pengertian desain produk, pengertian kepercayaan (*trust*) konsumen, pengertian kepuasan konsumen,

hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan konsumen, tinjauan terhadap penelitian terdahulu, serta kerangka penelitian dan hipotesis.

### BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian, instrumen penelitian, serta teknik analisis data. Desain penelitian meliputi: metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, serta teknik pengumpulan data. Instrumen penelitian meliputi: variabel desain produk ( $X_1$ ), variabel kepercayaan konsumen ( $X_2$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi berganda, dan uji statistik (uji F dan uji T).