

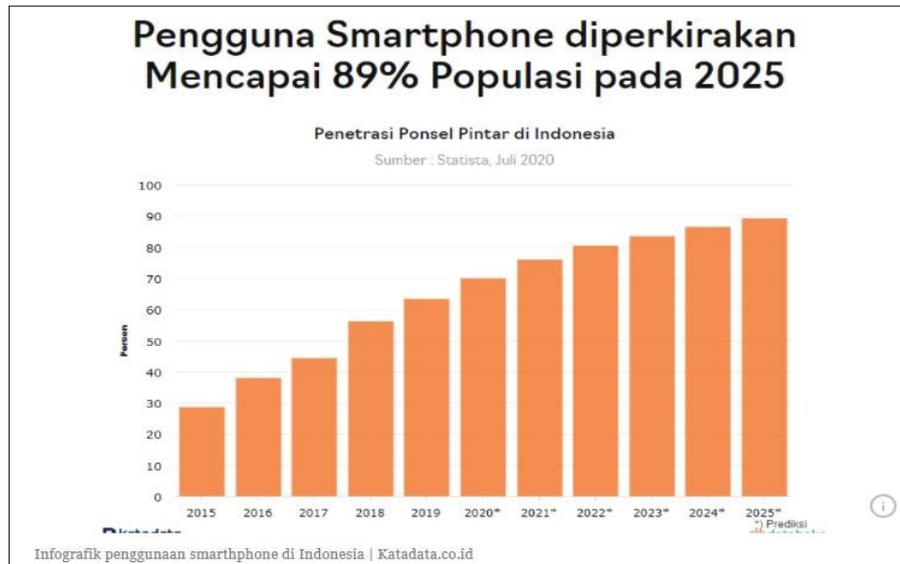
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman teknologipun juga ikut mengalami perkembangan, hal ini ditunjukkan dengan cukup banyaknya teknologi-teknologi baru yang bermunculan yang dapat membantu pekerjaan dan komunikasi menjadi lebih mudah dan efisien, seperti *smartphone*, *notebook*, *ipad* dan lain sebagainya. Teknologi memiliki peran yang cukup penting bagi kehidupan manusia saat ini sehingga tidak heran jika saat ini hampir semua orang memanfaatkan teknologi baik teknologi informasi maupun komunikasi untuk membantu menyelesaikan pekerjaannya.

Hadirnya teknologi ditengah kehidupan manusia saat ini dapat menjadi salah satu peluang yang besar bagi perusahaan, salah satunya teknologi telekomunikasi yang saat ini masih banyak dijadikan sebagai peluang bisnis yang potensial bagi para produsen untuk bersaing. Salah satu produk telekomunikasi yang sampai saat ini masih gencar diperebutkan oleh produsen adalah *smartphone*, hal ini dikarenakan semakin banyaknya pengguna *smarthone* dari tahun ke tahun. Di Indonsia sendiri pengguna *smartphone* sampai dengan 2025 nanti diprediksi akan terus mengalami peningkatan, hal itu dibuktikan dengan data berikut ini :



Gambar 1.1 Prediksi Peningkatan Jumlah Pengguna *Smartphone* 2015 -2025

Sumber : Goodnewsfromindonesia.id, 2020

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa kemungkinan besar di Indonesia jumlah pengguna *smartphone* akan terus mengalami peningkatan, hal tersebut tentunya menjadi peluang besar bagi para produsen *smartphone* untuk terus menciptakan produk *smartphone* dengan kualitas terbaiknya agar dapat terus bersaing. Semakin canggihnya *smartphone* yang diikuti dengan semakin lengkapnya fitur yang ada pada *smartphone* menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menggunakan produk komunikasi tersebut, hal tersebut menjadikan perusahaan untuk lebih kreatif dalam menciptakan suatu produk telekomunikasi agar tetap dapat bersaing dengan produsen lainnya, sehingga tidak heran jika saat ini banyak sekali *smartphone* dengan tipe-tipe terbaru dari berbagai merek yang muncul dikalangan masyarakat.

Salah satu perusahaan *Smartphone* terbaru yang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah *Realme* . Bahkan ditahun 2021 menurut data yang diperoleh dari Canaly's, *Realme* masuk menjadi top 5 *Smartphone Brand* di Asia dengan urutan sebagai berikut :



Gambar 1.2 Top 5 *Smartphone Brand* di Asia

Sumber : Selular.id, 2021

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa *Realme* berada diposisi ke-empat top *Smartphone Brand* Asia dengan perolehan *market share* sebesar 13%, nilai tersebut dianggap cukup baik untuk *Realme* yang masih tergolong baru bahkan perolehan tersebut tergolong cukup tinggi jika dibandingkan dengan posisi diatasnya yaitu Samsung yang merupakan *brand* ternama dan telah cukup lama masuk dipasaran *smartphone* dengan nilai *market share* sebesar 15% yang artinya hanya selisih 2%, selain itu juga meskipun masih baru *Realme* telah mampu

menggeser merek lainnya yaitu Xiaomi meskipun dengan nilai perolehan *market share* yang hanya selisih 1%.

Realme merupakan produsen *smartphone* yang berdiri sejak Mei 2018 di Beijing, China yang didirikan oleh Sky Li (Li Binzhong) dan memulai debutnya di Indonesia sejak Oktober 2018 yang artinya sampai saat ini eksistensi *Realme* baru terhitung 3 tahun (Kompas.com, 2022). Meskipun masih tergolong baru dipasar *smartphone* tetapi *Realme* tetap terus menunjukkan kemajuan dan perkembangannya. Hal ini ditunjukkan dengan keberhasilan *Realme* masuk menjadi lima besar pabrikan di Indonesia pada kuartal ke empat ditahun 2020 dengan urutan sebagai berikut :



Gambar 1.3 Top Smartphone Brand Indonesia

Sumber : Selular.id, 2021

Pada gambar diatas menunjukan bahwa *Realme* berada diposisi ke empat sebagai Top *Brand Smartphone* di Indonesia dengan perolehan *market share*

sebesar 15%, yang artinya *Realme* memiliki posisi yang baik di pasar Indonesia maupun pasar Asia, kemudian posisi dibawahnya diduduki oleh Samsung dengan perolehan *market share* sebesar 14% dan posisi diatasnya diduduki oleh Xiomi dengan perolehan *market share* sebesar 15% namun dengan tingkat *Annual Growth* yang lebih tinggi dari *Realme* yaitu -7%, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya peluang yang baik bagi *Realme* , karena *Realme* mampu mendapatkan peminat/konsumen dengan jumlah yang cukup besar di Indonesia.

Di Lampung sendiri *Realme* tercatat sebagai salah satu merek *smartphone* yang cukup banyak diminati oleh masyarakat, hal tersebut ditunjukkan dengan semakin meningkatnya jumlah penjualan *smartphone Realme* sesuai dengan hasil observasi di beberapa tempat penjualan *smartphone* yang tersebar di beberapa wilayah di Lampung sebagai berikut :

Tabel 1.1 Volume Penjualan *Smartphone Realme* di Lampung tahun 2020-2021

No	Tempat	Jumlah Penjualan Realme	
		Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Konter Simpur Center (Bandar Lampung)	250	480
2.	Erafone (Kota Metro)	118	330
3.	Erafone Megastore (Bandar Jaya, Lampung Tengah)	184	384
Jumlah		552	1.194

Sumber : Data diolah peneliti

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan *smartphone Realme* dari tahun 2020 ke 2021 di beberapa tempat di Lampung mengalami peningkatan volume penjualan, berdasarkan informasi yang penulis peroleh selama observasi, meningkatnya volume penjualan pada tahun tersebut karena meningkatnya kebutuhan masyarakat selama ditetapkannya kebijakan belajar dan bekerja dari rumah, kebanyakan dari konsumen memilih *Realme* karena kualitasnya yang baik dengan harga yang kompetitif, selain itu *Realme* juga memiliki desain yang tidak kalah menariknya dengan *smartphone* lainnya.

Desain produk merupakan keseluruhan fitur dari suatu produk yang dapat mempengaruhi tampilan, rasa serta fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Isfahila, Fatimah & Eko S, 2018), desain produk menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para konsumen, karena desain produk yang bagus dapat menambah nilai dari produk itu sendiri serta dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna produk tersebut. Produk-produk *smartphone* merek *Realme* memiliki desain yang tidak kalah menariknya dengan desain *smartphone* merek lainnya, salah satu produk *Realme* yang terbaru dan paling banyak diminati ditahun 2022 ini adalah *Realme* seri 8 yang memiliki desain yang ramping, ringan serta memiliki tampilan yang mengkilap yang didukung dengan performa yang baik dengan RAM 8GB dan kualitas kamera yang bagus dan daya tahan baterai yang baik, sehingga hal tersebut menjadi salah satu alasan bagi konsumen dalam memilih produk *Realme* .

Semakin banyak merek *smartphone* yang muncul di Indonesia menjadikan semakin banyaknya pilihan masyarakat dalam memilih *smartphone*, sehingga

perusahaan/ produsen harus mampu membangun kepercayaan merek agar dapat terus bersaing, kepercayaan merek dapat muncul dari pengalaman konsumen dalam menggunakan suatu produk/jasa. Sebagai merek *smartphone* baru *Realme* telah mampu merebut hati masyarakat dengan berbagai terobosannya dimana *Realme* merupakan salah satu merek *smartphone* yang selalu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya melalui produknya yang *real* dengan harga yang kompetitif, kualitas yang baik, dapat diperoleh dengan mudah serta *service* yang baik, sehingga tidak heran jika *Realme* memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak saat ini.

Kepuasan pelanggan/konsumen merupakan suatu pengalaman yang dialami oleh konsumen dari membeli/menggunakan produk baik itu menyenangkan atau mengecewakan yang merupakan hasil dari perbandingan antara apa yang diharapkan dan apa yang diterima dari suatu produk atau jasa (Rohman,2020), kepuasan konsumen biasanya dapat tercapai jika konsumen merasa senang dan merasa cocok dengan produk yang dipakai. Kepuasan konsumen dapat tercipta salah satunya dengan adanya kualitas produk yang bagus, kualitas produk tersebut dapat didukung dengan adanya desain produk yang dilengkapi dengan fitur yang menarik dan lengkap. sehingga semakin bagus desain produk yang diciptakan dengan dilengkapi fitur yang lengkap maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Sebelumnya sudah cukup banyak penelitian yang membahas tentang kepuasan pelanggan dengan menggunakan variabel desain produk dan kepercayaan merek sebagai indikatornya, namun masih terdapat beberapa

penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda, pada penelitian yang dilakukan Dani Haris dan Hanny Welsa (2018) menunjukkan hasil bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal tersebut diduga karena pada indikator desain produk yang digunakan masih terdapat beberapa responden yang memberikan jawaban tidak setuju bahkan sangat tidak setuju sedangkan pada penelitian yang dilakukan Vicky Triladesma (2022) menunjukkan hasil bahwa desain produk dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu kepercayaan merek pada penelitian yang dilakukan Agustina Susanti, Henny Welsa & Putri Dwi Cahyani (2021) menunjukkan hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan pada penelitian yang dilakukan Saerang & Nico kepercayaan merek tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena dan adanya perbedaan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Desain Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Merek Realme di Lampung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* diLampung ?

2. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* diLampung ?
3. Apakah desain produk dan kepercayaan merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* diLampung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* di Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* di Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama desain produk dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek *Realme* di Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

a) Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru terkait pengaruh desain produk dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan sebagai referensi tambahan bagi para peneliti selanjutnya.

b) Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan evaluasi perusahaan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas produk serta pengembangan strategi untuk membangun kepercayaan merek.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih produk *smartphone*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk membantu mempermudah mengetahui secara menyeluruh pembahasan yang ada pada proposal skripsi ini, maka penulis menerapkan sistem penulisan yang telah ditentukan. Adapun sistem penulisan proposal skripsi yang digunakan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Isi pembahasan dari bab ini yaitu latar belakang masalah yang mendasari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan yang ada pada bab ini adalah uraian-uraian terkait teori yang relevan dengan penelitian ini, telaah dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini serta dugaan sementara terkait hasil penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas beberapa hal terkait dengan desain penelitian yang akan digunakan, yang meliputi definisi operasional dari variabel yang digunakan, populasi dan sampel yang akan digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi dari bab ini yaitu menggambarkan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan dan penjabaran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat dijadikan sebagai masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang menggunakan variabel penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN