

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dekade terakhir ini, persaingan dunia usaha di hampir segala bidang semakin ketat. Contohnya, yaitu pada sektor telekomunikasi, antar perusahaan satu dengan yang lainnya saling berlomba merancang, membuat dan memasarkan produk dengan kualitas handal dengan harga kompetitif. Hal ini menyebabkan semakin beragamnya produk telekomunikasi, seperti *handphone* yang ditawarkan oleh pasar.

Android, adalah salah satu produk telekomunikasi yang paling banyak diminati, dibeli dan digunakan oleh konsumen pada saat ini, dengan total pengguna di seluruh dunia mencapai 1 miliar orang, sama dengan 1/7 populasi penduduk dunia pemakai aktif *operating system android*. *Android* adalah *operating system* yang dibuat oleh perusahaan *Google*, dengan kebijakan *open source* berbasis *Linux* pada *android*. Hasilnya adalah pada saat ini, *android* merajai *operating system* didunia dengan *market share* 78,9 persen, jauh dari urutan kedua yang dipegang oleh *IOS* yang merupakan *operating system* milik *Apple* yang hanya memiliki *Market Share* 15,5 persen¹.

Manusia dimana pun berada tentunya membutuhkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam. *Handphone* adalah salah satu produk yang dibutuhkan oleh manusia sebagai konsumen dimanapun mereka

¹<http://www.merdeka.com/teknologi/berapa-jumlah-pengguna-android-saat-ini.html>.
tanggal : 16 September 2014

Diakses

berada. Hampir setiap saat kita mendengar teman, keluarga, kerabat berbicara ingin membeli dan menggunakan *handphone*, misalnya *handphone* dengan *operating system android*, apakah itu sebagai bagian dari gaya hidup atau disebabkan oleh faktor lainnya. Jadi, mungkin dapat dikatakan bahwa membeli dan memiliki *handphone android* adalah sudah seperti kebutuhan pokok manusia pada saat ini. Tetapi sayangnya, bukanlah hal yang mudah untuk memutuskan membeli *handphone android* disebabkan beragamnya fitur dan harga yang ditawarkan oleh produsen di pasar.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen tentunya menginginkan membeli produk dengan kualitas terbaik. Akan tetapi, masih cukup banyak perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk dengan kualitas yang rendah dengan tujuan agar memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan dengan cara wawancara pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2013, yaitu yang bernama Sarah Invera K, mengaku bahwa produk *handphone android Sony Experia* yang dia konsumsi atau beli, kualitas produknya terbilang kurang baik. Hal ini disebabkan dari lemahnya daya tahan baterai ketika digunakan. *Handphone* sebagai alat komunikasi yang utama, mutlak harus memiliki ketahanan baterai yang baik karena fungsinya sangat *vital* sebagai alat komunikasi. Ketika *handphone* tidak memiliki daya tahan baterai yang handal, maka menghambat jalannya komunikasi antara pengguna satu dengan pengguna *handphone* lainnya.

Begitu pula yang dialami oleh Sitta Putri teman sekelas Sarah Invera. Dia mengaku bahwa *handphone Sony Experia* yang dia beli dan gunakan acapkali mengalami *error*, sehingga mengakibatkan *handphone* tersebut tidak dapat dihidupkan atau tidak bisa digunakan dan akhirnya menghambat jalannya komunikasi pengguna dengan temannya.

Harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah barang serta pelayanannya. Para produsen pada saat ini, harus lebih jeli dalam menentukan harga produk yang sesuai dengan kemampuan pangsa pasar yang di tuju, mengingat pasar *handphone* di Indonesia sangatlah majemuk, banyak sekali produk dari beberapa produsen lokal, maupun multinasional yang turut andil meramaikan persaingan pasar *handphone* di tanah air. Tentunya hal ini menjadi pertimbangan, jika harga produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas barang yang diperoleh oleh konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan ulang sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk jika harga produk tersebut terlalu tinggi padahal ada produk lain yang harganya lebih murah dengan kualitas yang sama².

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dan angket pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2013, yang bernama Fenderlita menjelaskan bahwa harga yang ditawarkan oleh *handphone Sony Experia* masih terbilang cukup mahal, jika dibandingkan dengan produk

² <http://blog.uin-malang.ac.id/tifany/2013/10/07/harga-smartphone-sony-xperia-kok-mahal-ya/>.
Diakses tanggal : 19 September 2014

handphone lainnya yang memiliki spesifikasi sejenis. Fenderlita juga mengutarakan bahwa faktor penentu sebelum dia memilih untuk membeli sebuah produk adalah harga. Apabila, harga yang ditawarkan terlalu tinggi membuat para konsumen berfikir ulang untuk membeli produk tersebut dan mencari *alternative* produk lain yang harganya lebih kompetitif dengan spesifikasi yang sama.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah layanan purna jual. Layanan purna jual merupakan bentuk kegiatan jasa yang diberikan oleh perusahaan guna memelihara produk yang telah dibeli oleh konsumen seperti persediaan suku cadang pengganti, garansi, layanan pemeliharaan produk dan kemudahan untuk memperbaiki produk yang mengalami suatu masalah saat di gunakan. Layanan purna jual yang disediakan oleh produsen kepada konsumen, memberikan keyakinan dan kepercayaan yang lebih besar terhadap produk yang dikonsumsi atau dibeli oleh konsumen. Disebabkan apabila suatu saat terdapat masalah pada barang atau jasa yang telah dibelinya, konsumen dapat segera melakukan perbaikan di bagian layanan purna jual produsen barang atau jasa tersebut. Tetapi sebaliknya, apabila perusahaan tidak menyediakan layanan purna jual kepada konsumen, maka berbagai komplain dari pelanggan pun mungkin terjadi. Contohnya yang dialami oleh Miura, mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2013. Miura mengatakan dalam wawancara yang peneliti lakukan sebagai bagian dari survei awal di kelasnya bahwa ketika *handphone Sony Experia* yang dia miliki dalam kondisi kurang baik atau *rusak*, dia membawanya ke layanan purna jual yang disediakan oleh *Sony*. Tetapi sayangnya, perbaikan *handphone* nya tersebut menurut karyawan *Sony* memerlukan waktu 3 bulan

untuk perbaikan disebabkan oleh karena suku cadang pengganti *handphone* nya harus didatangkan dari Singapura, Negara produsen suku cadang *Sony* pada saat ini. Miura merasa kesal disebabkan dari masa tunggu perbaikan *handphone* yang begitu lama, tidak seperti produsen lainnya semisal Samsung, yang hanya memerlukan waktu kurang lebih satu bulan untuk menangani masalah yang sama. Kecewa dengan pelayanan purna jual yang diberikan oleh *Sony*, Miura pun sebagai konsumen berfikir untuk tidak membeli produk *handphone Sony Xperia* kembali, jika pelayanan purna jualnya masih kurang handal.

Hal serupa juga di temukan di lapangan, ada seorang konsumen yang baru saja membeli *handphone Sony Xperia Z1* yang memiliki keunggulan tahan air, tetapi akhirnya mengalami kekecewaan. Hal ini disebabkan dari masa tunggu perbaikan *handphone* yang sangat lama tanpa ada kepastian waktu penyelesaian. Ketika *handphone* yang baru dibeli selama 2 minggu tersebut dicoba untuk dimasukan kedalam air ternyata *handphone* tersebut mengalami kerusakan, dan tidak sesuai seperti yang dijanjikan sebelumnya, yaitu *handphone* tahan air. Lalu konsumen membawanya ke layanan purna jual *sony* yang ada di kawasan ITC Cempaka Mas. Pada awalnya, konsumen dijanjikan akan dikonfirmasi paling lambat 2 minggu untuk mengetahui masalah yang terjadi, ternyata setelah 1 bulan konsumen baru mendapatkan konfirmasi kerusakan. Setelah itu pun, konsumen harus membuat pernyataan di atas materai bahwa *handphone* tersebut rusak dikarenakan tidak ada unsur kesengajaan pada saat mengalami kerusakan. Dan

setelah itu *handphone* di perbaiki oleh pihak *Sony* dengan tidak adanya kepastian kapan *handphone* itu selesai diperbaiki³.

Berdasarkan hal-hal tersebut yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah kualitas produk yang rendah, harga produk yang terlalu mahal, pelayanan purna jual yang kurang baik.

Dari beberapa faktor tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pelayanan purna jual.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk rendah
2. Harga produk yang terlalu mahal
3. Pelayanan purna jual yang kurang baik

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah peneliti sebutkan di atas, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun karena keterbatasan peneliti dalam pengetahuan, waktu, dana dan tenaga, serta ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti

³<http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2014/06/27/layanan-purna-jual-sony-xperia-yang-ternyata-masih-mengecewakan-669777.html>. Diakses pada : 19 September 2014

membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara Pelayanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian *Handphone Sony Experia* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Sony Experia* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta?”.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian.
2. Organisasi/Perusahaan, sebagai masukan dalam pemahaman isu-isu terkini mengenai pelayanan purna jual dan keputusan pembelian pada konsumen yang berguna untuk manajemen pemasaran perusahaan.
3. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga, untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan referensi tentang pelayanan purna jual dan keputusan pembelian konsumen.

4. Perpustakaan, untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.