

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENDORONG
MINAT BELI**

(Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**WIRAWAN JANUTRIANDOKO
NIM. 12010110120131**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Wirawan Janutriandoko
Nomor Induk Penyusun : 12010110120131
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENDORONG MINAT BELI (Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)**
Dosen Pembimbing : Dr. Harry Soesanto, MMR.

Semarang, 26 Maret 2018

Dosen Pembimbing

(Dr. Harry Soesanto, MMR.)

NIP. 19560906 198703 1003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Wirawan Janutriandoko
Nomor Induk Penyusun : 12010110120131
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENDORONG MINAT BELI (Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 Maret 2018

Tim Penguji :

1. Dr. Harry Soesanto, MMR. (.....)
2. Dr. Mahfudz, SE., MT. (.....)
3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Wirawan Janutriandoko, menyatakan bahwa skripsi berjudul: **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENDORONG MINAT BELI (Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)** adalah hasil penelitian saya sendiri. Didalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan maupun sebagian dari hasil penulisan orang lain yang saya ambil dalam bentuk apa pun tanpa persetujuan atau sepengetahuan penulis tersebut.

Apabila dalam hasil penelitian ini terdapat bukti yang bertentangan dengan pernyataan saya baik dengan sengaja maupun tidak, maka saya akan menyatakan untuk menarik skripsi ini yang telah saya nyatakan sebagai hasil penulisan saya sendiri. Apabila terbukti bahwa saya menyalin atau meniru hasil penulisan orang lain dan mengakuinya sebagai penulisan saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Diponegoro batal saya terima.

Semarang, 26 Maret 2018

Penulis,

Wirawan Janutriandoko

NIM: 12010110120131

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"We all have big changes in our lives that are more or less a second chance"

(Harrison Ford)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

*Orang Tua, kerabat, dan orang-orang yang
ikut membantu memotivasi saya.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat beli pengguna Smartphone Android. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel independen, kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, dan minat beli sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan Smartphone di sekitar kota Semarang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner dengan pendekatan *non-probability sampling* dan sampel ditarik dengan *purposive sampling*.

Dimana variabel yang digunakan adalah minat beli(Y2), kepuasan konsumen(Y1), kualitas pelayanan(X2), kualitas produk(X1). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel intervening kepuasan konsumen yang kemudian kepuasan konsumen juga terbukti secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli. Kemudian dengan uji f dapat diketahui bahwa kedua variabel independen memang layak untuk menguji variabel intervening kepuasan konsumen yang berdampak pada minat beli.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Minat Beli.

ABSTRACT

This research attempts to analyze the effect of quality of service and quality of product towards customer satisfaction in order to increase the purchase intention of Android Smartphone users. The variables used in this research are service quality and product quality as independent variables, customer satisfaction as the mediating variable, and purchase intention as the dependent variable.

The research will be using 100 respondents as its sample who have used Android Smartphone around the city of Semarang. The methods used to collect data is by distributing questionnaires with the non-probability sampling technique and the samples are collected using purposive sampling.

The variables being used are purchase intention(Y2), customer satisfaction(Y1), service quality(X2), product quality(X1). The hypothesis testing using t-test shows that both independent variables are proven to be significant towards the mediating variable customer satisfaction which then the customer satisfaction itself are also significant towards the dependent variable purchase intention. With the f-test it has also been found out that both independent variables are deemed fit to test the mediating variable customer satisfaction which have impacts towards purchase intention.

Keywords : *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, and Purchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala karunia, rahmat dan nikmat yang telah diberikan Tuhan Yang Maha Esa, sehingga skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENDORONG MINAT BELI (Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)** akhirnya dapat terselesaikan. Skripsi ini ditulis guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Terdapat beberapa kendala yang ditemui dalam penulisan skripsi ini. Namun berkat dukungan, bantuan dan motivasi dari keluarga, teman-teman, dan dosen pembimbing akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, SE, ME., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr. Harry Soesanto, MMR., selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam meluangkan waktunya dalam memberikan ide, mendukung, juga mendorong motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mirwan Surya Perdhana, SE, MM, Ph.D., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan untuk penulis.

6. Seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
7. Papam, Ibu, Mbak Atak, dan semua keluarga juga teman dekat yang sudah terus percaya dan mendorong saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari kekurangan dan keterbatasan penulis selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik diharapkan untuk perbaikan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 26 Maret 2018

Penulis

Wirawan Janutriandoko

NIM. 12010110120131

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Kualitas Pelayanan	22
2.1.5 Minat Beli	26
2.1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.1.7 Dimensionalisasi Variabel	29
2.1.7.1 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	29
2.1.7.2 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	30
2.1.7.3 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.7.4 Dimensionalisasi Variabel Minat Beli	32
2.1.8 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34

3.1.1 Variabel Penelitian	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.2 Sampling	38
3.3 Penentuan Penarikan Sampel	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 Uji Prasyarat	44
3.6.1.1 Uji Linieritas	44
3.6.1.2 Uji Normalitas	45
3.6.1.3 Uji Multikolonieritas	45
3.6.1.4 Uji Autokolerasi	46
3.6.1.5 Uji Heteroskedastisitas	47
3.7.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	48
3.7.2 Uji Hipotesis	49
3.7.2.1 Koefisien Determinasi	49
3.7.2.2 Uji Parsial (Uji Statistik t)	49
3.7.2.3 Uji Sobel	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian	52
4.1.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.1.2.1 Uji Normalitas	60
4.1.2.2 Uji Multikolonearitas	61
4.1.2.3 Uji Heteroskedasitas	62
4.1.3 Analisis Regresi tahap I	65
4.1.4 Analisis Regresi tahap II	68
4.1.5 Pembentukan Analisis Jalur	71
4.1.6 Sobel Tes	72
4.2 Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Implikasi Kebijakan	77
5.3 Keterbatasan Penelitian	78
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Handphone atau Smartphone Dari 1Q15 - 1Q16.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Market Share Smartphone antara 1Q16 dan1Q15	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Kualitas Produk	52
Tabel 4.2 Deskripsi Kualitas Produk pada tiap-tiap Indikator.....	53
Tabel 4.3 Deskripsi Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.4 Deskripsi Kualitas Pelayanan pada tiap-tiap Indikator	55
Tabel 4.5 Deskripsi Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.6 Deskripsi Kepuasan Pelanggan pada tiap-tiap Indikator	57
Tabel 4.7 Deskripsi Minat Beli	58
Tabel 4.8 Deskripsi Minat Beli pada tiap-tiap Indikator.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.11 Hasil uji Glejser dengan Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Dependen.....	64
Tabel 4.12 Hasil uji Glejser dengan Minat Beli sebagai Variabel Dependen.....	64
Tabel 4.13 Regresi Berganda Tahap I	65
Tabel 4.14 Regresi Berganda Tahap II	68
Tabel 4.15 Besaran pengaruh langsung dan tak langsung	72
Tabel 4.16 Hasil perhitungan uji sobel	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penggunaan Handphone atau Smartphone Berdasarkan System Operasi	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
Gambar 2.2 Model Variabel Kualitas Produk	29
Gambar 2.3 Model Variabel Kualitas Pelayanan	30
Gambar 2.4 Model Variabel Kepuasan Pelanggan	31
Gambar 2.5 Model Variabel Minat Beli	32
Gambar 4.1 Kualitas Produk	53
Gambar 4.2 Kualitas Pelayanan	55
Gambar 4.3 Kepuasan Pelanggan	57
Gambar 4.4 Minat Beli.....	59
Gambar 4.5 Grafik Normal P-Plot dengan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan	60
Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot dengan Variabel Dependen Minat Beli	60
Gambar 4.7 Grafik <i>Scatterplot</i> dengan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan	63
Gambar 4.8 Grafik <i>Scatterplot</i> dengan Variabel Dependen Minat Beli	63
Gambar 4.9 Pembentukan Analisis Jalur	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya era informasi ini, penggunaan *cellphone* atau telepon genggam ikut terus berkembang, baik dalam jumlah maupun bentuk penggunaannya. Faktor terpenting yang membedakan jenis-jenis telepon genggam ini adalah *operating system* atau sistem operasional yang bertindak sebagai basis yang menjalankan berbagai program dan aplikasi di dalam telepon genggam tersebut. Salah satu jenis *operating system* telepon genggam yang semakin marak penggunaannya adalah Android, sebuah sistem operasi yang berbasis Linux dan dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti *smartphone* serta tablet. Pada awalnya sistem operasi ini dikembangkan oleh perusahaan bernama Android Inc. yang kemudian dibeli oleh google pada tahun 2005. Sistem operasi android tersebut dirilis pada tahun 2007. Smartphone Android adalah salah satu terobosan yang ada, yang banyak diminati oleh konsumen.

Pada saat ini ada berbagai macam merek Smartphone berbasis Android yang beredar di Indonesia, salah satu merek yang paling dikenal adalah Samsung, yang namanya cenderung selalu disebut saat topik Smartphone Android dibicarakan. Samsung berasal dari Korea Selatan, yang memang sejak titik awal perkembangan Smartphone sudah menjadi salah satu produsen papan atas yang juga menjadikan *Operating System* Android sebagai andalan mereka di dalam bersaing di pasaran global. Produk smartphone yang dirilis Samsung banyak yang

sukses dan mampu mencakup segmen pasaran yang luas, baik itu segmen menengah-kebawah atau menengah-keatas. Sekarang ini Samsung dapat dikatakan merupakan salah satu merek *smartphone* kelas atas yang dalam hal penjualan, banyak faktor penting yang mereka jaga yang dapat membuat konsumennya lebih mempercayai produk mereka dibandingkan produk papan atas lainnya, bahkan saat harga yang mereka pasang umumnya diatas standard pasaran *smartphone*. (sumber:<http://droidchanel.com/harga-hp-Samsung>).

Perusahaan riset pasar teknologi Counterpoint menampilkan sebuah laporan mengenai pangsa pasar *smartphone* di Indonesia pada Quartal pertama (Q1) tahun 2015, laporan tersebut sebagai berikut: Samsung mampu mengirim *smartphone* di Indonesia sebesar 32,9%, disusul Evercross 13,1%, Microsoft 12,9%, Mito 7,1%, Smartfren 6,1%, Lainnya 27,9%. (http://id.techinasia.com/pasar_ponsel_smartphone_shipments_dan_smartphone_Indonesia-Q1-2015).

Konsumen saat ini memiliki banyak pilihan di dalam merek *smartphone* apa yang ingin mereka gunakan, dan salah satu merek yang mengalami kenaikan penjualan paling tinggi adlaah pada *cellphone* atau *smartphone* Samsung.

Hal ini lebih lanjut dibuktikan oleh *Gartner, Inc.*, dimana lembaga penelitian tersebut menunjukkan bahwa berawal dari Kuartal 1 2015 sampai dengan kuartal 1 2016, penjualan *smartphone* terus mengalami peningkatan dalam pasar, baik merek baru maupun merek lama seperti Samsung. Pada tabel berikut ini rincian data penjualan *smartphone* dengan merek-merek tertentu dapat kita lihat lebih rinci.

Tabel 1.1
Data Penjualan Handphone atau Smartphone Dari 1Q15 - 1Q16
(dalam ribuan)

Company	1Q15	1Q16
Samsung	81.122,8	81.186,9
Apple	60.177,2	51.629,5
Huawei	18.111,1	28.861,0
Oppo	6.585,1	16.112,6
Xiaomi	14.740,2	15.048,0
Lainnya	155.561,4	156.413,4
Total	336.297,8	349.251,4

Sumber: Gartner (Mei 2016)

Pada tabel tersebut dapat kita lihat penjualan Samsung mengalami peningkatan. Dalam tabel di atas kita juga dapat melihat bahwa penjualan Samsung lebih tinggi dibandingkan Apple dan juga dilihat peningkatan penjualan merek *cellphone* yang lain. Perubahan tidak hanya terjadi dari segi penjualan, perubahan *market share* dari masing-masing merek *smartphone* juga dapat kita perhatikan di dalam tabel berikut:

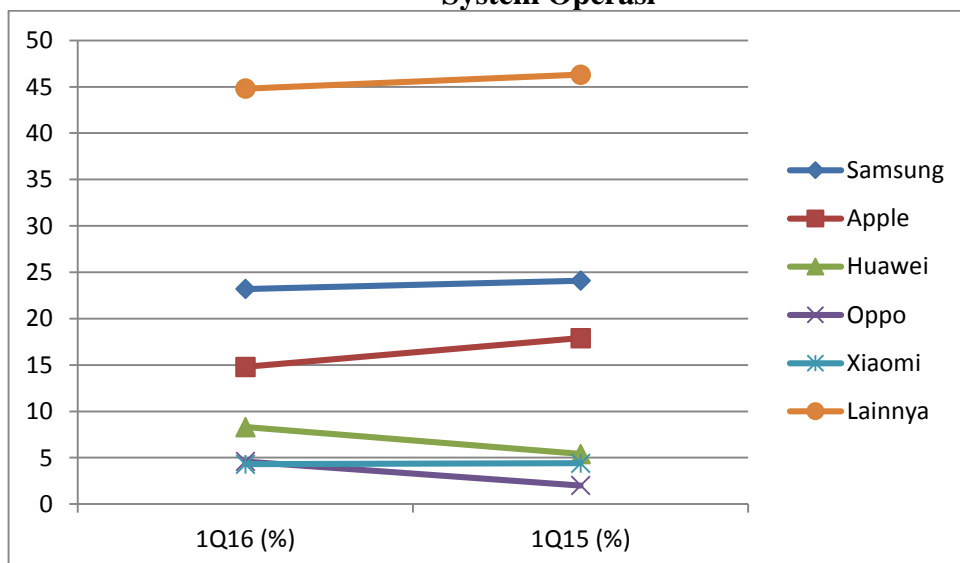
Tabel 1.2
Perbandingan Market Share Smartphone antara 1Q16 dan 1Q15

Company	1Q16 (%)	1Q15 (%)
Samsung	23.2	24.1
Apple	14.8	17.9
Huawei	8.3	5.4
Oppo	4.6	2.0
Xiaomi	4.3	4.4
Lainnya	44.8	46.3
Total	100.0	100.0

Sumber: Gartner (Mei 2016)

Dari table *market share* diatas, dapat kita lihat bahwa benar *market share* Samsung masih merupakan yang tertinggi dibanding merek-merek lain, tetapi juga dapat kita lihat bahwa *market share* merek lainnya juga ikut meningkat. Hal tersebut merupakan masalah bagi Samsung yang walaupun memegang nilai tertinggi terbukti tiba-tiba mengalami penurunan, dan dari situ tentunya harus dicarikan jalan keluar agar pengguna Smartphone Samsung tetap setia pada merek tersebut. Dapat disimpulkan juga bahwa Smartphone Samsung juga beberapa merek lainnya mengalami perubahan, dimana mayoritas mengalami peningkatan. Namun, angka penjualan merek-merek lainnya tidak pernah melebihi angka penjualan Samsung. Di dalam kasus ini, alasan utama Samsung dapat mendominasi merek-merek lain adalah karena Samsung mengeluarkan merek Smartphone yang sistem operasinya berbasis android. Berikut data yang menunjukkan meningkatnya penjualan smartphone android lainnya:

Gambar 1.1 Data Penggunaan Handphone atau Smartphone Berdasarkan System Operasi



Sumber : StatCounter

Dengan semakin berkembangnya teknologi khususnya pada bidang informasi dan komunikasi dapat dilihat sejak telepon seluler atau *cellphone* yang mulai menggantikan fungsi telepon kabel sebagai alat komunikasi. Faktor utama yang mendorong peningkatan penggunaan *cellphone* dibanding telepon kabel adalah nilai kepraktisan yang datang dari portabilitas. Nilai kepraktisan tersebut kemudian menjadikan *cellphone* lebih diminati oleh lebih banyak target pasaran dibanding telepon kabel dan perusahaan-perusahaan yang memproduksi *cellphone* mulai mendominasi pasaran alat komunikasi.

Dan dewasa ini, persaingan di antara perusahaan-perusahaan tersebut semakin ketat. Persaingan baik pada bidang manufaktur maupun bisnis di dalam perkembangan era informasi dan globalisasi ini menuntut perusahaan yang ingin ikut bersaing agar dapat mengambil tindakan yang cepat juga tepat, agar dapat menjadi alat bantu dalam bersaing dalam dunia bisnis yang sulit di analisa karena pergerakannya yang sungguh dinamis juga penuh akan ketidak pastian (Yoestini dan Rahma, 2007). Persaingan ini tentunya akan ditemui di dalam bisnis telepon seluler, sebagai salah satu alat komunikasi utama di dalam era informasi sekarang ini. Pemakaian telepon seluler atau *cellphone* ini juga ikut mengalami peningkatan di berbagai belahan dunia, dan dengan spesifikasi yang semakin luas juga cenderung tidak lagi melihat keadaan finansial penggunanya. Berbagai vendor *cellphone* baru dewasa ini semakin marak digunakan oleh berbagai pelosok masyarakat yang gaya hidupnya semakin didorong oleh kebutuhan yang membutuhkan mobilitas, dan kelas tinggi, juga pemenuhan kebutuhan yang instan. Dan telepon seluler tersebut yang awalnya digunakan hanya sebagai alat

komunikasi dengan mobilitas yang tidak lagi terbatas, sekarang juga dimanfaatkan sebagai alat pemenuhan kebutuhan yang sifatnya dianggap hampir seperti kebutuhan dasar.

Di dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, kualitas produk merupakan salah satu faktor utama khususnya dalam menilai tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercapai apabila produk yang mereka gunakan dapat dinilai berkualitas. Dilihat dari kualitas smartphone Samsung nampaknya berkualitas karena penjualannya yang naik pada tiap tahun, maka dari itu kualitas yang seperti apa yang membuat smartphone Samsung. Kualitas produk merupakan usaha perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen melalui produk yang ditawarkan (Kotler 2005:153). Kualitas pelayanan merupakan usaha perusahaan dalam memenuhi harapan atau tuntutan konsumen melalui jasa yang diaplikasikan di dalam penjualan produk yang ditawarkan, guna membangun kepuasan pelanggan.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, kualitas dari produk haruslah memenuhi apa yang telah dijanjikan oleh kegiatan-kegiatan di dalam bauran pemasaran. Saat perusahaan ingin menawarkan sebuah produk yang oleh konsumen dapat dinilai berkualitas, untuk memaksimalkan nilai yang akan didapatkan oleh konsumen tersebut komunikasi yang baik haruslah dijaga. Kualitas dari produk tersebut haruslah dapat dikomunikasikan kepada pelanggan dengan baik oleh perusahaan akan dapat membangun minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Apabila nilai dari barang yang dilihat oleh konsumen semakin banyak jumlahnya, maka pengaruh pada minat beli konsumen tersebut

akan dapat lebih terkontrol. Kualitas akan ditentukan berdasarkan kegunaan-kegunaan juga fungsi produk tersebut, dan termasuk di dalamnya *durability*, *reliability*, *exclusivity*, kenyamanan, dan wujud yang tampak dari luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Handoko, 2000).

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan merupakan perasaan menyenangkan seseorang atau kekecewaan dari membandingkan hasil produk yang ditawarkan hubungannya dengan yang telah diterima. Kualitas produk, kualitas pelayanan, jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang erat. Ketika perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang tinggi, maka kepuasan akan terbentuk dan profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2004:145) kualitas pelayanan yang dinilai baik di suatu perusahaan dapat memberi rasa puas terhadap pelanggannya. Apabila pelanggan puas dengan jasa ataupun barang yang diberikan, pelanggan lalu akan membandingkan pelayanan tersebut dengan pelayanan perusahaan lain. Apabila pelanggan benar-benar merasa puas, pelanggan lalu diharapkan akan terbangun rasa loyalitasnya dan akan merekomendasikan orang lain untuk ikut menjadi konsumen di tempat tersebut. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan *service* aktual yang pelanggan harapkan di dalam berbagai atribut pelayanan yang dipenuhi oleh suatu perusahaan (Parasuraman et. Al, 1988). Di dalam bukunya Kotler(2000) juga

menyampaikan tentang bagaimana kepuasan merupakan rasa kecewa atau senang seorang individual berdasarkan perbandingan kesan terhadap hasil akhir produk dan sejauh mana harapan-harapan yang dimiliki terhadap produk tersebut telah dipenuhi. Pelanggan tidak puas apabila hasil tersebut dibawah harapan mereka, yang kemudian akan memberi dampak negatif yang dapat mengurangi ketertarikan pelanggan di dalam menggunakan jasa perusahaan, yang pada akhirnya akan berdampak negatif terhadap laba perusahaan.

Dinyatakan oleh Parasuraman(2001) bahwa kualitas pelayanan merupakan konsep akan pemahaman yang kompleks mengenai mutu, tentang bagaimana mengatur tingkat kepuasan konsumen. Kualitas suatu pelayanan dapat dibidang bermutu jika pelayanan yang dirasakan lebih besar dari pelayanan yang diharapkan (bermutu). Apabila pelayanan yang dirasakan sama dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan telah memenuhi harapan(memuaskan). Dan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan, maka kualitas pelayanan tersebut secara persepsi tidak memenuhi harapan (tidak bermutu).

Service Quality atau kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan dari pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan dapat dianalisis dengan membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan aktual yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan haruslah dianggap sebagai faktor paling utama yang diperhatikan dengan benar-benar oleh perusahaan, dan melibatkan seluruh sumber daya perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat bertahan dengan para pesaing. Gaya hidup atau *lifestyle* pelanggan menuntut supaya perusahaan mampu memberi pelayanan yang berkualitas. Berhasilnya perusahaan di dalam memberi pelayanan berkualitas ditentukan melalui pendekatan *service quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml(dalam Lupiyoadi, 2006).

Saat ini kota Semarang sangat dibanjiri produk-produk Smartphone baru yang bergengsi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta menawarkan berbagai macam pelayanan yang beragam. HP android tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Semarang sebagai alat komunikasi. Kemudahan pelayanan yang diperoleh pengguna android ketika mendapatkan problem menjadi salah satu aspek yang membuat mereka berminta untuk menggunakan jenis HP android. Setiap pelaku usaha ditiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama(Kotler,2005). Kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Walker dalam *Journal of Management Strategy*, 2001:35). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Faktor penting yang harus diperhatikan adalah harapan konsumen, dan *service quality* yang dapat mendekatkan konsumen terhadap kepuasan akan memberikan harapan lebih, dan demikian pula sebaliknya

(Ayse dalam *Humanity & Social Sciences Journal*, 2007:53). Melalui kualitas pelayanan yang diberikan, secara tidak langsung kepuasan pelanggan dapat diwujudkan.

Minat beli merupakan tindakan konsumen saat membeli sebuah produk, dikarenakan kepuasan yang mereka terima sesuai dengan yang diinginkan dari produk. Timbulnya minat beli dalam diri konsumen disebabkan faktor-faktor tertentu, seperti: kepuasan, rasa ingin bersaing di dalam tingkat harga produk, juga dari apa yang telah konsumen sendiri alami di dalam penggunaan jasa dan produk tersebut (Nurhayati dan Murti, 2004). Kaitan erat antara produk smartphone dengan aspek ketertarikan pelanggan yang tercermin melalui minat pembelian produk, mendorong peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan tema tersebut.

Alamiana (2011) di dalam penelitiannya menyangkut Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Smartphone menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut terutama kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat beli. Tambunan (2012) juga menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel minat beli di dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Iphone. Di dalam penelitian Destiady (2015) mengenai Pengaruh, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Speedy variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Namun ada juga penelitian yang menyatakan hal sebaliknya. Oleh Suroso (2012) di dalam penelitiannya yang

berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Beli Smartphone di Kota Sidoarjo menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli Smartphone di kota tersebut.

Pihak manajerial harus dapat meningkatkan minat pembelian pada produknya apabila ingin terus tetap bertahan pada rantai teratas pasar, terutama juga karena *market share* yang mereka miliki sedikit demi sedikit diakuisisi oleh para pesaing bisnis. Secara tidak langsung telah ditunjukkan bahwa memilih produk Smartphone Android sebagai objek di dalam penelitian ini, khususnya berkaitan dengan pengukuran faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yang terdiri dari: kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, juga berdasarkan pengalaman konsumen sendiri di dalam menggunakan produk dan jasa yang bersangkutan (Nurhayati dan Murti, 2004).

Dengan didasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul: **“Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan untuk mendorong minat beli (Studi pada pengguna Smartphone di Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data *market share* dan peningkatan jumlah penggunaan Smartphone yang ditunjukkan oleh tabel 1.1 dan tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen akan Smart Phone yang digunakan mulai bervariasi. Merek yang tadinya menguasai pasar mengalami penurunan penjualan dengan meningkatnya pesaing-pesaing yang merubah sistem operasi ponsel mereka ke Android. Walaupun Samsung dan Apple masih menguasai pasar, tentunya ada

alasan tertentu mengapa kedua merek tersebut mengalami penurunan dan merek-merek lain yang mayoritas lebih baru dapat mengalami peningkatan.

Adapun masalah penelitian yang akan dikembangkan dengan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan adalah “Bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan?”. Dan dari masalah penelitian tersebut, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan didasarkan latar belakang dan juga perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini oleh peneliti diharapkan agar dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak tertentu, terutama:

1. Pihak Konsumen

Memberikan pengetahuan lebih jauh dengan menyalurkan informasi tambahan, khususnya bagi para pengguna *smartphone* di dalam memilih *cellphone* yang diinginkan.

2. Pihak Perusahaan

Menyalurkan informasi tambahan untuk digunakan perusahaan dalam perihal perkembangan kualitas pelayanan dan kualitas produk, yang penulis harapkan dapat berguna bagi perusahaan bersangkutan untuk bersaing baik dalam hal penjualan maupun pemasaran.

3. Pihak Akademik

Membantu sebagai bahan referensi tambahan kepada kalangan akademisi, khususnya mahasiswa yang penelitiannya berkaitan dengan minat pembelian *smartphone* android secara umum.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pengantar untuk menjelaskan mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa saja hal yang diteliti, dan tujuan guna penelitian dilakukan. Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang dan perumusan masalah, tujuan juga guna dari penelitian, dan terakhir akan disertakan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori dan darimana sumber-sumber terbentuknya hipotesis serta panduan yang diambil untuk melakukan penelitian. Bab ini akan menjelaskan terutama tentang landasan teori, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan metode-metode dan variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Bab ini akan menjabarkan variabel-variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel dan populasi dari sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisis-analisis yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan deskripsi dari objek-objek penelitian serta analisis-analisis data serta pembahasan mengenai sumber dari konflik yang ditemukan peneliti sepanjang analisa.

BAB V PENUTUP

Sebagai penutup akan diungkapkan segala kesimpulan yang diperoleh peneliti yang akan dijabarkan sebagai hasil akhir penelitian, serta saran-saran penelitian yang dinilai relevan bagi pihak-pihak bersangkutan.