

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dunia fotografi dikenal oleh manusia sejak jaman dahulu dan terus berkembang sampai sekarang. Kamera digunakan oleh manusia untuk mengabadikan peristiwa atau kejadian-kejadian penting untuk dijadikan sebuah kenangan untuk mengingat peristiwa yang telah terjadi. Kemajuan dalam hal teknologi pada dunia fotografi menjadikan sebuah fenomena baru. Segmen pasar pada produk elektronik HP di Indonesia khususnya di Kabupaten Banyumas terus berkembang dengan pesat hal itu di buktikan dengan semakin banyaknya konter-konter Oppo. Dengan didukung perkembangan teknologi yang menciptakan fitur-fitur baru yang semakin mendukung dan memudahkan di dunia komunikasi dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat para produsen HP terus mengembangkan atau menciptakan produk-produk kamera baru yang semakin canggih namun memiliki desain yang simpel mudah digunakan dan mudah dibawa kemana saja salah satunya adalah produk HP Oppo.

HP Oppo adalah salah satu produk baru yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat dengan desain produk yang tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan produk-produk lainnya membuat HP Oppo lebih dipilih atau disukai karena mudah dibawa kemana saja. Selain itu harga dari HP Oppo sendiri lebih murah jika dibandingkan dengan HP lain seperti *Apple*, *Sony*, *Samsung*.

Semakin digemarinya dunia fotografi mengakibatkan munculnya persaingan yang semakin ketat dikalangan produsen HP untuk menciptakan produk-produk baru yang dapat diterima oleh para kalangan pecinta dunia fotografi. Selain dengan menciptakan produk-produk baru para produsen juga memiliki.

Beberapa cara agar para pelanggannya tidak berpaling ke produk lain atau tetap loyal pada produknya. Salah satunya adalah *Relationship marketing*. *Relationship marketing* adalah proses berkelanjutan yang mensyaratkan suatu perusahaan agar menjalin komunikasi tetap dengan konsumen untuk memastikan tujuan tercapai, dan memadukan proses didasarkan oleh prinsip-prinsip ketulusan dan saling mendukung bukan sekedar hubungan transaksional yang semu dan semata-mata karena perintah kerja atau hanya untuk mencari keuntungan semata. Putri dan Nursinta (2017). Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang di percayai. Moorman (2009).

Selain itu hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan konsumen yang loyal adalah dengan cara meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk HP Oppo. Menurut Deni Pranoto (2014) kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi.

Dalam melakukan pembelian produk atau jasa konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka terima. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen maka tingkat untuk loyalitasnya akan semakin baik. Menurut Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono 2013) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Perusahaan yang memiliki *relationship marketing*, *kepercayaan*, *kualitas pelayanan* yang baik akan menjadikan para pelanggannya loyal pada perusahaan tersebut. Loyalitas merupakan respon perilaku, diekspresikan dalam jangka waktu yang panjang, dan menghasilkan komitmen (Putri dan Nursinta 2017). Pelanggan yang loyal merupakan faktor yang penting bagi perusahaan, karena tanpa loyalitas pelanggan perusahaan tidak dapat bertahan lama, loyalitas dapat memberikan jaminan masa depan perusahaan yang lebih baik.

Penelitian ini adalah penyatuan dari penelitian-penelitian terdahulu yaitu penelitian yang pernah dilakukan oleh Tugiso dkk (2016), yang menyebutkan bahwa variabel *relationship marketing*, *kepercayaan*, *kualitas pelayanan* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan..

Dalam penelitian ini judul yang direncanakan adalah “Pengaruh *Relationship Marketing*, *Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan* terhadap *Loyalitas Pelanggan HP Oppo*”. Pemilihan HP Oppo sebagai objek penelitian dikarenakan HP Oppo memiliki pelanggan yang banyak sehingga dapat

dilakukan penelitian pelanggan tersebut loyal atau tidak dan seberapa besar faktor *relationship marketing*, kepercayaan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Ketertarikan dalam melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan HP Oppo ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh *relationship marketing*, *kepercayaan*, *kualitas pelayanan* terhadap *loyalitas pelanggan* HP Oppo. Judul yang direncanakan dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Relationship Marketing*, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan HP Oppo”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif *relationship marketing* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif *kualitas pelayanan* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas ?
3. Apakah terdapat pengaruh positif *kepercayaan* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas ?
4. Apakah terdapat pengaruh positif *relationship marketing*, *kualitas pelayanan*, *kepercayaan*, secara simultan terhadap loyalitas HP Oppo di Kabupaten Banyumas .

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk menganalisis pengaruh *relationship marketing* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas.
2. Untuk menganalisis pengaruh *kualitas pelayanan* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas.
3. Untuk menganalisis pengaruh *kepercayaan* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas.
4. Untuk menganalisis pengaruh *relationship marketing, kualitas pelayanan, kepercayaan*, secara simultan terhadap loyalitas pelanggan HP Oppo di Kabupaten Banyumas.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

#### **1. Manfaat bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan untuk memperoleh gelar S1 Sarjana Manajemen.

#### **2. Manfaat bagi ilmu pemasaran**

Penelitian ini mampu memperluas informasi terhadap ilmu pemasaran.

#### **3. Manfaat bagi perusahaan**

Penelitian ini mampu memberi kritik atau saran bagi pihak konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4. Manfaat bagi konsumen

Penelitian ini mampu memberi arahan kepada konsumen dalam mengambil loyalitas pelanggan HP Oppo.

