

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN
SMARTPHONE OPPO DI KECAMATAN TULUNG SELAPAN**

SKRIPSI



Nama : Aurell Titania Irawan

NIM : 212017047

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN
SMARTPHONE OPPO DI KECAMATAN TULUNG SELAPAN**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Aurell Titania Irawan

NIM : 212017047

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021



PRAKATA

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Smartphone OPPO Di Kecamatan Tulung Selapan”** Dengan baik dan tepat pada waktunya

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang dan kerendahan hati, Skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, ayahanda Hirawansyah (Alm), Ibunda Rita Milyati dan semua keluarga dan sahabat-sahabat ku mereka yang berjasa bagi penulis yang telah mendidik, membesarkan, mendoakan, memberikan dana, dorongan motivasi disetiap permasalahan yang penulis hadapi dengan rasa cinta, kasih sayang, tanpa keluh kesah. Terimah kasih ya allah engkau telah memberikan keluarga, kedua orang tua dan suami yang terbaik didalam hidup ini.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, SE.M.Si selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., MM. selaku pembimbing 1 (satu) dan Ibu Mardiana Puspasari, SE. M.Si selaku pembimbing 2 (dua) yang telah membimbing, mendidik, memberikan saran kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M.M selaku penelaah 1 (Satu) dan Ibu Ervita Savitri, S.,E., M.Si selaku penelaah 2 (dua)
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Terimah kasih kepada keluargaku, Saudaraku, Sahabat-sahabatku dan orang terkasihku yang selalu mendoakan, memotivasi, memberikan cinta, kasih sayang dan support energy yang sangat positif berpengaruh dalam membangkitkan semangat disetiap langkahku.
8. Untuk almamater dan kampus hijau yang tercinta dan selalu dihati.

Wassalam'ualaikum Wr.Wb.

PERSEMBAHAN DAN MOTO

MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah:286)

“Barang siapa yang Allah kehendaki kebaikan, Maka Allah akan memahamkan dia tentang ilmu agama”

(HR. Bukhari No.71 dan Muslim No.1037)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aurell Titania Irawan

NIM : 21 2017 047

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen Smartphone Oppo Di Kecamatan Tulung Selapan

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2021

Aurell Titania Irawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen
Smartphone OPPO Di Kecamatan Tulung Selapan

Nama : Aurell Titania Irawan

NIM : 212017047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Maret 2021

Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., MM.

NIDN: 0207046301

Pembimbing II,



Mardiana Puspasari, SE, M.Si

NIDN/NBM : 0018105606

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN/NBM: 0229057501

DAFTAR ISI

Halaman	
Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	ii
Halaman Prakata	iii
Halaman Persembahan dan Motto	v
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	vi
Halaman Tanda Pengesahan	vii
Halaman Daftar isi	viii
Halaman Daftar Tabel	x
Halaman Lampiran	xi
Abstrak	
BAB 1. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	10
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	13
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Penelitian	26
D. Hipotesis	26
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian	28
C. Operasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel	29
E. Data yang di Perlukan	31
F. Metode Pengumpulan Data	32

G. Analisis dan Teknik Analisis.....	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 TOP Brand Penjualan Smartphone	4
Table II.1 Kerangka Pemikiran	26
Table III.1 Operasional Variabel	29
Tabel IV.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	42
Table IV.2 Uji Validitas Loyalitas Konsumen	43
Table IV.3 Uji Validitas Kepuasan Konsumen	43
Tabel IV.4 Uji Reabilitas	44
Table IV.5 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	45
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Pendidikan	45
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Pendapatan	46
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Lama Penggunaan	47
Tabel IV.9 Gambaran Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	48
Table IV.10 Gambaran Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen	50
Tabel IV.11 Gambaran Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen	52
Tabel IV.12 Analisis Jalur	54
Table IV.13 Tabel Coefficients	55
Tabel IV.12 Hasil Coefficients	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Kuisisioner

Lampiran : Tabulasi Data Validitas dan Reabilitas

Lampiran : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran : Hasil Analisis Jalur Perhitungan SPSS

Lampiran : Tabel r

Lampiran : Tabel F

Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran : Surat Selesai Riset

Lampiran : Sertifikat AIK

Lampiran : Sertifikat SPSS

Lampiran : Plagiarism Cheker

Lampiran : Sertifikat Seminar Online

Lampiran : Biodata

ABSTRAK

Aurell Titania Irawan/21201747/2021/Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas konsumen Smarthphone Oppo Di Kecamatan Tulung Selapan/Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Smarthphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 2) adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen terhadap Smarthphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 3) adakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Smarthphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 4) adakah oengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen smartphome Oppo di Kecamatan Tulung Selapan. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap Smarthphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen terhadap Smartphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 3) untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas terhadap Smarthphone Oppo di Kecamatan Tulung Selapan 4) untuk mengetahui pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen smartphome Oppo di Kecamatan Tulung Selapan. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. 2) Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. 3) Ada pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. 4) Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

Abstract

Aurell Titania Irawan / 212017047 / 2021 / The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Oppo Smartphones Consumer Loyalty in Tulung Selapan District / Marketing

The formulation of the problem in this study was to find out whether 1) there was any effect of service quality on consumer satisfaction to Oppo Smartphones in Tulung Selapan District, 2) there was any effect of service quality on consumer loyalty to Oppo Smartphones in Tulung Selapan District, 3) there was any effect of consumer satisfaction on loyalty to Smartphone Oppo in Tulung Selapan District 4) there was any effect of service quality on consumer satisfaction and the effect of consumer loyalty to Oppo Smartphone in Tulung Selapan. The objectives of the study were 1) to determine the effect of service quality on consumer satisfaction to Oppo Smartphones in Tulung Selapan District, 2) to determine the effect of service quality on consumer loyalty to Oppo Smartphones in Tulung Selapan District, 3) to determine the effect of consumer satisfaction on loyalty to Oppo Smartphones in Tulung Selapan District 4) to determine the effect of service quality on consumer satisfaction and the effect of consumer loyalty to Oppo Smartphone in Tulung Selapan. This type of research was associative. The sample used 96 people with the sampling technique using purposive sampling. The data in this research were primary data. The data collection method was through a questionnaire. The data analysis technique used Path Analysis. The results of this study indicated that 1) there was a significant effect of service quality on customer satisfaction, 2) there was a significant effect of service quality on customer loyalty. 3) there was a significant effect of customer satisfaction on customer loyalty. 4) there was a significant effect of customer satisfaction and its impact on Oppo smartphones customer loyalty.

Keywords: Service quality, customer satisfaction and consumer loyalty.



March 17, 2021

[Signature]

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut. Selain bidang-bidang diatas salah satu faktor yang sangat berpengaruh bagi tingkat penjualan adalah perilaku konsumen. Namun untuk memahami perilaku konsumen tidak mudah karena konsumen memiliki sifat-sifat yang berbeda-beda, adapun faktor-faktor yang sangat mempengaruhi sifat-sifat konsumen tersebut antara lain adalah faktor individu itu sendiri, faktor lingkungan, faktor ekonomi, faktor budaya, dan juga faktor sosial beberapa perbedaan inilah yang sangat mempengaruhi minat dan pilihan konsumen sebelum pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang di inginkan.

Smartphone merupakan salah satu kebutuhan masyarakat modern saat ini yang akan menunjang aktifitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan elektronik sehingga bermunculan banyak berbagai merek-merek

smartphone. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas

pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan smartphone telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak smartphone yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi.

Dengan majunya teknologi saat ini smartphone tidak hanya dapat digunakan untuk telepon atau mengirim pesan singkat, namun dapat juga di gunakan untuk chattingan, videocall, membuka e-mail, atau komunikasi lainnya melalui internet. Terdapat beberapa merek smartphone yang bersaing di Indonesia antara lain Samsung, vivo, Xiomi, Oppo, Realme dan lain-lain. Pasar smartphone seperti ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat diantara para kompetitor usaha di bidang telekomunikasi. Banyaknya jenis dan merek smartphone yang ditawarkan di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan dan hal ini sangat mendorong para produsen untuk menjual produknya dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif. Produsen Smartphone yang melihat sebuah fenomena bahwa semakin meningkatnya pengguna smartphone di Indonesia, membuat mereka berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Produk smartphone ini di Indonesia dikuasai oleh beberapa produsen Smartphone besar seperti Samsung, Oppo, Vivo, Xiomi,realme dan lain-lain.

Faktor-faktor yang menjadi alasan bagi konsumen untuk melakukan pembelian terus ditingkatkan, seperti fitur, harga, citra merek, promosi, garansi, kualitas produk, dan lain-lain. Tingginya tingkat persaingan baik untuk produk yang serupa maupun produk yang berbeda, menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam melakukan keputusan pembelian-nya. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk dapat mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks.

Dalam penjualan smartphone di Indonesia tahun 2019, lima pabrikan smartphone dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia versi IDC adalah Oppo. sesuai urutannya: Oppo, Vivo, Samsung, Realme, dan Xiaomi. Sebagian besar dari angka 23% yang dicatatkan Oppo berasal dari penjualan di segmen low-end dan mid-range.

Sumber : (<https://dailysocial.id/post/oppo-terus-kuasai-penjualan-smartphone-tanah-air-sampai-kuartal-ketiga-2019>)

Kotler dan Keller (2010: 165) atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan atau (garansi), pelayanan dan sebagainya. Menjelaskan perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan pelanggan, semua pengalaman mereka belajar, memilih menggunakan, bahkan dalam mendisposisikan produk. Dalam penulisan ini, peneliti memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Citra merek, harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas. Faktor-faktor ini sangat diperhatikan peneliti agar dapat memunculkan hasil yang membantu penjual smartphone dan pemasar guna memasarkan Handphone Samsung ini.

Kualitas Pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun.

Kepuasan Konsumen menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Loyalitas Konsumen menurut Wanatara (2015) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga mendorong adanya pembelian merek yang sama walaupun terdapat pengaruh-pengaruh situasional dan usaha pemasaran yang berpotensi

menyebabkan perilaku berpindah ke produsen lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya ditentukan oleh keputusan pelanggan semata namun juga usaha-usaha dari pelaku bisnis yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

Berikut adalah Top brand merek penjualan smartphone terlaris di Indonesia Q3 tahun 2019.

Tabel 1.1
Daftar Top brand penjualan smartphone 2019

No	Smartphone	Unit Share
1	Oppo	23%
2	Xiomi	22%
3	Samsung	21%
4	Vivo	17%
5	Realme	11%

Sumber : (<https://selular.id/2019/11/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q3-2019/>)

Dari table diatas Smartphone Oppo menduduki posisi pertama pada Top Brand penjualan smartphone android di Indonesia tahun 2019.

Alasan Konsumen Memilih Oppo

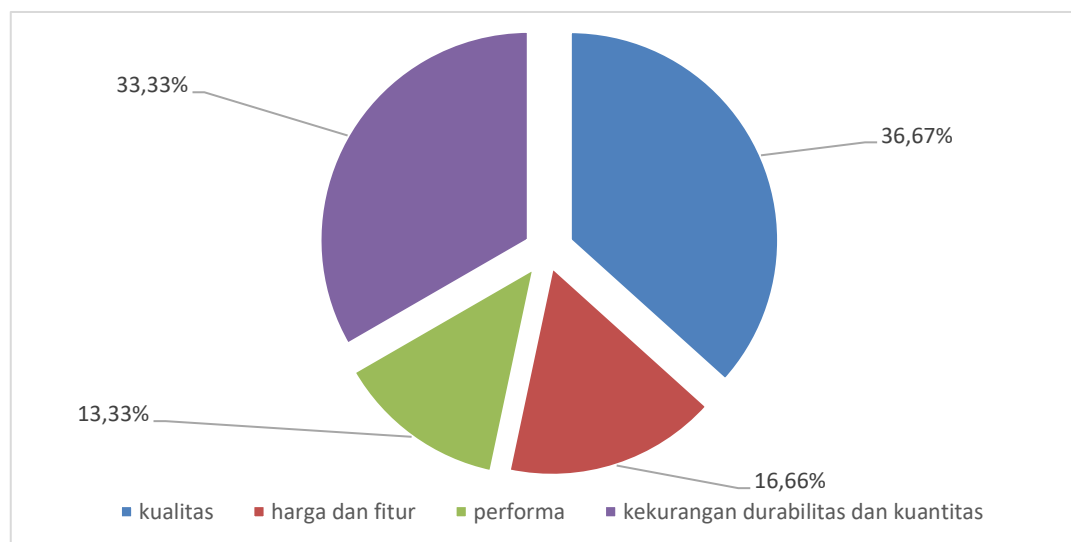


Diagram I.1

Pendapat Konsumen Terhadap OPPO

Jadi 30 orang pengguna OPPO yang ditanya 11 orang mengatakan bahwa hp oppo memiliki kualitas bagus, 5 orang, mengatakan oppo memiliki harga yang murah dan memiliki fitur yang bagus, dan 4 orang lagi mengatakan oppo mempunyai kelebihan dari segi performa 10 orang yang pernah menggunakan smartphone oppo, menunjukkan bahwa, smartphone oppo mempunyai kekurangan dari daya tahan dan kuantitas smartphone oppo, maka dari itu saya menggunakan data ini untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Meskipun konsumen berpendapat OPPO memiliki ciri yang baik, tetapi terdapat beberapa kekurangan OPPO (<https://carisinyal.com/kelebihan-dan-kekurangan-hp-oppo/>) sebagai berikut :

1. Dalam Loyalitas Konsumen fenomena yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Terdapat beberapa pendapat tentang smartphone Oppo yang memiliki kualitas kurang bagus, sehingga beberapa konsumen tidak melakukan pembelian smartphone Oppo dan kemudian tidak merekomendasikan pada orang lain untuk ikut melakukan pembelian, sehingga konsumen mengatakan hal-hal negatif yang membentuk variabel Loyalitas Konsumen.

2. Dalam Kepuasan Konsumen fenomena yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Terdapat beberapa pendapat konsumen tentang smartphone Oppo yang memiliki kekurangan dibandingkan dengan smartphone merek lain bahwa banyak konsumen ada beberapa fitur-fitur yang tidak memenuhi smartphone Oppo. Yang menimbulkan reputasi kurang baik pada perusahaan smartphone Oppo. Kemudian menimbulkan sikap yang kurang baik dari konsumen terhadap smartphone Oppo yang membentuk variabel Kepuasan Konsumen.

3. Dalam Kualitas Pelayanan fenomena yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Terdapat beberapa konsumen mengatakan pada perusahaan Smartphone Oppo memberikan kemampuan pelayanan kurang baik dan akurat (Reliability), yang berhubungan pada daya tanggap kemampuan karyawan untuk membantu konsumen dalam melakukan pelayanan

langsung, yang terbentuk kurangnya kepercayaan konsumen terhadap rasa aman dalam melakukan pembelian smartphone Oppo. Bahwa perusahaan kurang memahami masalah konsumen dan tidak cepat bertindak demi kepentingan konsumen sehingga smartphone Oppo tidak memiliki daya tarik lebih dari smartphone merek lain yang membentuk variabel Kualitas Pelayanan.

a. **Overprice**

Strategi marketing yang masif dan baik yang dilakukan Oppo sebenarnya berefek pada harga jual produk ponselnya. Efek tersebut adalah harga HP Oppo yang cenderung *overprice* jika dibandingkan dengan HP lain dengan spesifikasi serupa.

Contohnya adalah ketika Oppo R17 Pro hadir dengan harga kisaran Rp9 juta, tidak sedikit yang menganggap harga tersebut terlalu mahal, terlebih karena chipset yang digunakan HP tersebut hanyalah Snapdragon 710. Hal yang sama juga terjadi saat Oppo mengeluarkan tipe ponsel seri F seperti Oppo F5, Oppo F7, dan Oppo F9.

Bagi sebagian kalangan *techno enthusiast*, harga Oppo termasuk kurang wajar. Namun ternyata Oppo memiliki pangsa pasarnya tersendiri yang ternyata cukup banyak orang membeli HP Oppo terutama di seri F. Biasanya mereka yang membeli HP Oppo seri F memang tidak menilik jeroan tetapi fitur menarik seperti kehadiran kamera depan yang baik atau adanya VOOC Flash Charge.

b. **Harga Jual Oppo Second Turun Drastis**

Sebuah anomali ketika sebuah ponsel dengan merek terkenal seperti Oppo, mengalami penurunan harga jual *second* yang cukup drastis. Tidak seperti merek Samsung atau iPhone yang biasanya harga jual *second* alias bekasnya masih tergolong bagus.

Sebenarnya, penurunan harga bekas pada merek ponsel hal yang wajar tetapi untuk Oppo harus diberi catatan. Pasalnya, tidak sedikit outlet atau *counter* ponsel yang tidak mau

membeli HP Oppo bekas dengan harga yang masuk akal meskipun baru dipakai satu minggu misalnya.

Hal ini terjadi karena Oppo menerapkan strategi satu harga untuk semua penjual ponsel. Misalnya Oppo F9 baru dijual dengan harga Rp4.299.000. Seluruh outlet yang menjual Oppo F9 harus menjual dengan harga tersebut, tidak boleh lebih dan tidak boleh kurang. Jika tidak, maka outlet atau penjual tersebut akan menerima sanksi dari Oppo seperti pemutusan kerjasama.

Nah, harga jual tersebut sebenarnya sudah termasuk komisi untuk outlet yang kerjasama dengan Oppo. Sebagai contoh, satu unit Oppo F9 dengan harga Rp4.299.000 ini di dalamnya terdapat komisi sebesar Rp500 ribu untuk outlet jika produknya terjual. Biasanya juga Oppo memberikan bonus kepada Outlet jika mampu menjual HP Oppo cukup banyak.

Strategi kerjasama ini dengan outlet inilah yang juga membuat HP Oppo gencar dijual, seperti yang dijelaskan pada poin 5 di bagian kelebihan. Imbasnya, hal ini membuat banyak penjual sering menawarkan HP Oppo dengan gencar kepada calon pembeli, terutama pembeli yang masih ragu untuk membeli ponsel dari satu merek tertentu.

Nah, imbas lain dari hal ini adalah outlet yang menjual HP Oppo terbaru cukup gencar. Sayangnya, ketika orang mau menjual, biasanya outlet tidak mau dengan harga tinggi karena ketika outlet menjual HP Oppo bekas, para penjual ponsel tersebut tidak mendapatkan untung sebesar ketika menjual HP Oppo baru.

Sebenarnya permasalahan harga ini tidak terlalu berpengaruh di *online*. Banyak penjual HP Oppo yang menjual dengan harga di bawah harga yang ditentukan. Tidak sedikit juga yang menjual HP Oppo bekas di *online* dengan harga yang masih cukup masuk akal.

c. **Build Quality HP Oppo Kurang Bagus**

Salah satu yang membuat Oppo kurang menarik adalah *build quality* produknya yang kurang bagus. Oppo sering menghadirkan produk ponsel dengan kualitas produk yang kadang tidak sebaik kompetitor. Meskipun desain bodi ponselnya sekarang sudah bagus dan menarik, tetapi biasanya desainnya masih terbuat dari plastik sehingga kadang ponsel terasa kurang kokoh.

Kekokohan HP Oppo pernah diuji oleh Jerry Rig Everything, channel Youtube luar negeri yang sering menguji ketahanan sebuah ponsel. Channel tersebut pernah mengetes ketahanan Oppo Find X dan hasilnya HP tersebut begitu mudah dibengkokan dengan kedua tangan. Padahal Oppo Find X ini termasuk HP Oppo yang cukup mahal.

d. ColorOS yang Kadang Bikin Berat

HP Oppo tipe apapun hadir dengan tampilan UI yang disebut ColorOS. UI ini adalah tampilan antarmuka yang dibesut Oppo dengan berbagai fitur menarik. Hanya saja kadang ColorOS ini sering malah membuat HP terasa lebih berat. Meskipun banyak fitur menarik tetapi tidak sedikit yang merasa ColorOS terasa berat, semisal terjadi pada Oppo F7.

e. Jarang Memberikan Pembaruan OS

Satu poin penting dari HP Oppo adalah jaranganya HP Oppo mendapatkan pembaruan sistem operasi Android. Oppo memang tergolong cukup pelit untuk memberikan pembaruan sistem operasi. Misalnya, Oppo F9 yang hadir dengan Android 8 Oreo belum tentu mendapatkan dukungan Android 9 Pie. Hal ini juga pernah terjadi pada HP Oppo keluaran lama yang biasanya memang jarang mendapatkan pembaruan, meski hanya satu kali pembaruan sistem. Kalaupun ada pembaruan sistem, biasanya yang diperbarui adalah UI ColorOS-nya saja.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis akan melakukan penelitian tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Smartphone Oppo Di Kecamatan Tulung Selapan**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.
3. Adakah pengaruh kepuasan konsumenn terhadap loyalitas konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.
4. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumenn terhadap loyalitas konsumen terhadap Smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen smartphone OPPO di Kecamatan Tulung Selapan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat untuk melihat penerapan atau praktek dari teori yang di dapat selama masa kuliah.

2. Bagi Almamater

Untuk menjadi salah satu referensi bagi peneliti lebih lanjut yang melakukan kajian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70–90.
- Putri, Afifah Marlia. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever Di Mini Market Rie-Mart Demang*. Diss. Politeknik Negeri Sriwijaya, 2018.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa*, C.V Andi Offset, Yogyakarta .
- Ujang Sumarwan (2011). *Prilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* . Bogor :Penerbit Ghalia Indonesia.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. (2013). *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Winata, Andri; Fiqri, Isnawan Ahlul. *Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung*. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 2017, 3.02: 133-149.

INTERNET

<https://dailysocial.id/post/oppo-terus-kuasai-penjualan-smartphone-tanah-air-sampai-kuartal-ketiga-2019>)

<https://media.neliti.com/media/publications/189641-ID-pengaruh-citra-merek-brand-image-dan-har.pdf>

<http://ciputrauceo.net/blog/2015/11/19/pengertian-loyalitas-dan-serba-serbi-pengertian-loyalitas-karyawan>

http://etheses.uin-malang.ac.id/2063/6/08510086_Bab_2.pdf

https://repository.usd.ac.id/30906/2/142214166_full.pdf