

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman yang semakin moderen ini munculnya berbagai produk-produk canggih seperti smartphone yang sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. smartphone tidak hanya digunakan untuk menelpon dan mengirim pesan saja, tetapi juga dapat mengakses internet dan dapat digunakan berbagai aplikasi untuk mempermudah pekerjaannya. Dengan meningkatnya pengguna smartphone di masyarakat menyebabkan persaingan ketat dalam berbagai jenis smartphone dengan merek dan spesifikasi berbeda-beda. Perusahaan terus berkembang pesat dengan inovasi produk smartphone.

Salah satu perusahaan yang sukses dalam menerapkan strategi inovasi produk adalah Samsung. Samsung Group merupakan salah satu Perusahaan elektronik terbesar terbesar di dunia. Didirikan oleh Lee Byung-chull pada tanggal 1 maret 1938 di Daegu, Korea Selatan. Perusahaan ini beroperasi di 58 negara dan memiliki lebih dari 208.000 pekerja. Hingga saat ini, Samsung juga menjadi salah satu merek terbesar di dunia dengan mengeluarkan ponsel cerdas yang menjadi juara dalam persaingan bursa pasar gawai. Perusahaan Samsung sangatlah menjaga kualitas dari produk-produk yang dibuatnya, hal tersebut sudah sangat dipercaya oleh para konsumen dari produk Samsung (Paramansyah et al., 2017)

Samsung memperkenalkan teknologi-teknologi inovatif seperti layar besar, stylus yang meningkatkan produktivitas, dan kamera dual-pixel yang memecahkan rekor. Selain inovasi produk, digital marketing juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Digital marketing merupakan sebuah sistem yang sudah melekat pada dunia pemasaran di era digital. Digital marketing memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui berbagai platform, seperti media sosial dan email marketing, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Samsung sendiri telah mengintegrasikan strategi digital marketing yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan

konsumen terhadap produk-produknya. Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran guna meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan mencocokkan kebutuhan mereka. (Mira et al., 2020)

Dalam dunia persaingan bisnis yang ketat saat ini ditandai dengan kecepatan, dinamis, dan perubahan yang berkelanjutan. Perusahaan berkompetisi dengan melakukan strategi bisnis yang inovatif, cepat, dan kreatif. Salah satu strategi yang dianggap efektif adalah strategi kebijakan harga yang tepat dan efektif. Persepsi harga adalah faktor kunci utama dan harus ditetapkan dalam hubungannya dengan pasar sasaran, nauran ragam produk, dan jasa persaingan. (Nuryani et al., 2022)

Persepsi harga juga merupakan faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Samsung menggunakan strategi harga yang beragam, termasuk harga kompetitif dan harga berbasis nilai, untuk memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai segmen pasar. Namun, bagaimana interaksi antara inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen masih perlu dipelajari lebih lanjut.

Kepuasan konsumen timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental emosional. Proses untuk menganalisa, merasakan dan memutuskan, pada dasarnya adalah sama seperti seorang individu dalam memecahkan banyak permasalahannya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Samsung Galaxy, dengan studi kasus di cabang Lippo Mall Plaza Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

wawasan yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen di industri teknologi.

studi ini melibatkan tiga faktor utama: inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga. Hal ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini akan meneliti preferensi dan perilaku konsumen di lokasi tertentu seperti Lippo Mall Plaza Jember, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi dan perilaku konsumen di wilayah tersebut. informasi ini akan membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif di wilayah tersebut. samsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan . Selain itu, penelitian ini juga dapat berguna bagi peneliti lain yang tertarik dengan subjek yang serupa.

Penelitian ini terkait erat dengan teori-teori bisnis seperti manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan menganalisis pengaruh inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman kita tentang teori dan praktik bisnis dengan melihat bagaimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga .

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
2. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
4. Apakah inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
2. Untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?
4. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, digital marketing, dan persepsi harga secara bersama terhadap kepuasan konsumen HP Samsung Galaxy di Lippo Mall Plaza Jember?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Pengaruh Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari beberapa aspek yakni yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan bagi manajemen Samsung Galaxy Lippo Plaza Kabupaten Jember.
2. Bagi Masyarakat
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat dan peneliti lain yang tertarik mengkaji lebih lanjut tentang pemasaran maupun perilaku konsumen.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan bentuk penerapan teori yang telah didapatkan selama pembelajaran di perguruan tinggi.