

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi memiliki perkembangan yang sangat pesat. Internet menjadi kunci sebuah teknologi informasi dapat digunakan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini, sebagian manusia secara naluriah selalu mengikuti perkembangan teknologi dan sebagian yang lainnya harus dituntut untuk mengikuti agar tidak tertinggal dengan adanya kemajuan teknologi tersebut.

Smartphone adalah salah satu bentuk teknologi informasi dan komunikasi yang didefinisikan sebagai perangkat ponsel yang memiliki fitur-fitur yang melebihi ponsel pada umumnya, hal ini ditandai dengan keberadaan fitur tambahan selain komunikasi, dukungan penambahan aplikasi, serta memiliki sistem operasi yang mendukung berbagai fitur multimedia dan kebutuhan bisnis.¹

Perusahaan *smartphone* saat ini dituntut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mobilitas yang tinggi sehingga perusahaan berusaha memenuhinya dengan memproduksi berbagai macam *smartphone* yang dapat memberikan keuntungan bagi mereka sendiri salah satunya yaitu *smartphone* keluaran dari Apple yang dikenal dengan nama iPhone.²

Iphone merupakan salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang berjenis telepon pintar yang dirancang dan diperkenalkan kepada konsumen oleh Apple Inc. Sistem operasi dan informasi Iphone menggunakan iOS Apple atau yang biasa disebut "iPhone OS" sampai pertengahan 2010, sesaat setelah peluncuran iPad. Iphone pertama diluncurkan tanggal 29 Juni 2007 dan sampai sekarang masih mengeluarkan produk terbarunya setiap tahun. Iphone merupakan *smartphone* yang banyak dipakai oleh masyarakat dunia khususnya di Indonesia. Iphone selalu mengikuti

¹ Sukardi, Eko Agus Darmadi, dan Lilik Hari Santoso. "Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan *Smartphone* Berdasarkan Sistem Operasinya." *IKRA-ITH EKONOMIKA*, no. 3 (2021): 177.

² Muhammad Fadli Noor dan R. A Nurlinda, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone", *Forum Ilmiah*, No. 2, (2021): 115.

perkembangan tren handphone dan gaya hidup konsumennya yang selalu mengikuti tren.³

Gaya hidup masyarakat dan lingkungan tempat tinggal masyarakat dapat mempengaruhi peningkatan permintaan alat komunikasi, dimana gaya hidup seseorang yang menyukai menggunakan barang mahal dapat menyimbolkan status atau peranan individu dalam suatu kelompok. Perusahaan Apple Inc. merupakan perusahaan yang berhasil membangun citra merek mereka hingga sangat dikenal oleh masyarakat, salah satu produknya yang banyak peminatnya di seluruh dunia yaitu smartphone iPhone, dengan dirilisnya produk Apple inc.⁴ iPhone terkenal dengan harga yang mahal dan penggunaanya berasal dari kalangan menengah keatas.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Wahyu Rizal dan Edi Cahyono menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menghasilkan citra merek terhadap keputusan pembelian yang dimoderasi oleh gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan.⁵

Melihat gaya hidup konsumennya tersebut, ekosistem iPhone bekas mulai meluas. Melansir dari CNN Indonesia, perusahaan manufaktur asal Taiwan, Foxconn dikabarkan membeli puluhan ribu iPhone bekas untuk dijual kembali ke pasar Tiongkok. Seperti diketahui, Foxconn merupakan salah satu mitra Apple untuk merakit ponsel pintar miliknya. Produk iPhone bekas dinilai sebagai bisnis bagus karena menghasilkan margin keuntungan yang tinggi. iPhone bekas yang dibeli oleh Foxconn ini, tentu saja tidak langsung dijual ke konsumen. Namun terlebih dahulu didandani komponen dalamnya agar terlihat masih baru. Foxconn sendiri kabarnya berencana menyediakan ekosistem transaksi iPhone bekas resmi di

³ Muhammad Fadli Noor dan R. A Nurlinda, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone", 115.

⁴ Tappy, Selviana, et al. "pengaruh citra merek dan nilai hedonis terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar Yang Menggunakan iPhone)." *Humano: Jurnal Penelitian*, no.2 (2023): 189.

⁵ Sutomo, Muhammad Wahyu Rizal Fahri, and Edi Cahyono. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Di Erafone Salatiga: Peran Gaya Hidup Islami Sebagai Pemoderasi." *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 14.1 Juni (2023): 97-108.

Tiongkok. Hal ini berangkat dari banyaknya orang yang mencoba meningkatkan keuntungan dengan cara memperbaiki iPhone lama menggunakan komponen kelas dua.⁶

Ekosistem iPhone bekas di Kota Kudus sendiri mulai tumbuh seiring dibukanya *counter-counter* iPhone bekas. Teras Store adalah salah satu *counter* yang menjual produk-produk Apple baik produk baru maupun produk bekas seperti iPad, iPhone, AirPods, dan lainnya dari berbagai seri. Sama halnya dengan Foxconn, Teras Store bekerja sama dengan *supplier* untuk mendatangkan iPhone bekas yang sudah didandani menjadi layak pakai kemudian menjualnya kembali dengan harga yang terjangkau serta memberikan jaminan garansi unit. Selain itu, Teras Store juga menawarkan jasa servis iPhone. Servis ini termasuk juga servis perangkat lunak unit, pergantian layar *handphone*, *speaker*, baterai, kamera belakang, kamera depan dan mesin iPhone. Harga servisnya pun bermacam-macam mulai dari 100 ribu hingga 500 ribu tergantung dari jenis komponen apa saja yang perlu diperbaiki atau diganti dalam unit tersebut.

Dalam prakteknya, jual beli iPhone bekas umumnya menjadi tantangan tersendiri bagi Teras Store, karena bertanggung jawab untuk memberikan produk yang berkualitas, bertanggung jawab atas kerusakan unit serta memberikan informasi yang sebenarnya kepada konsumen. Hal ini jika tidak dilakukan dengan optimal, maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Teras Store.

Pada kualitas produk, unit bekas memang tidak semuanya memiliki kondisi dan kelayakan yang sama. Terkadang pelanggan mendapatkan unit yang kurang bagus akibat kesehatan baterai yang menurun secara drastis, speaker yang kurang jernih, kamera yang *nge-bug* dan lain sebagainya. Hal ini juga harus menjadi perhatian bagi Teras Store agar memperhatikan kualitas produknya demi kepuasan konsumen serta menekan kerugian Teras Store sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Cahya dan Muchsin Saggaff Shihab jika variabel-variabelnya dihubungkan dengan kepuasan pelanggan menyimpulkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone Asus, hal tersebut mengindikasikan bahwa harga yang ditetapkan Asus, mahal atau murah tidak berpengaruh kuat terhadap tingkat kepuasan pelanggan. kualitas produk tidak berpengaruh signifikan

⁶ Hani Nur Fajrina, "Foxconn Kok Jualan iPhone Bekas?", CNN Indonesia, diakses pada 14 Agustus 2022, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150415105143-185-46754/foxconn-kok-jualan-iphone-bekas>.

terhadap kepuasan pelanggan smartphone Asus, hal tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk Asus yang dirasakan tidak mendorong konsumen menjadi puas. citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone Asus, hal tersebut mengindikasikan bahwa citra merek Asus yang baik atau buruk tidak berpengaruh kuat terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Konsumen kurang peduli dengan citra Asus, tidak berkaitan dengan kepuasan mereka, karena merek Asus tidak seperti Apple Iphone yang memiliki nilai prestise tinggi, bagi konsumen citra merek hanya mempengaruhi mereka saat membeli produk Asus.⁷

Berdasarkan hasil observasi penulis, Teras Store memiliki pelayanan yang bagus kepada pelanggan yang akan membeli unit. Karyawan menyapanya dengan sangat ramah dan membantu pelanggan untuk mendapatkan unit terbaik sesuai dengan keinginannya. Namun, pelayanan Teras Store pada jasa servis unit terkadang tidak maksimal sehingga pelanggan merasa kurang puas atas pelayanannya seperti pada kasus rusaknya IMEI iPhone. IMEI atau *International Mobile Equipment Identity* adalah kumpulan nomor yang berisi identitas resmi sebuah ponsel. Dengan cek IMEI iPhone, konsumen dapat mengetahui informasi penting seperti asal pembuatnya, model ponsel, nomor seri dari HP tersebut, dan informasi penting lainnya. Adapun fungsi IMEI iPhone guna mengidentifikasi perangkat tersebut dengan mudah dan cepat.⁸ Saat ini pemerintah menerapkan kebijakan yang mewajibkan IMEI ponsel yang berasal dari luar negeri didaftarkan di Kementerian Perindustrian agar bisa digunakan di Indonesia.

Kepuasan konsumen dalam ekonomi islam didasarkan pada prinsip-prinsip agama yang diterapkan konsumen dalam aktivitas sehari-hari, yang tercermin dalam uang yang dikeluarkannya. Apabila ajaran agama diamalkan dengan baik, maka konsumen akan

⁷ Nur Cahya, dan Muchsin Saggaff Shihab, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip," *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, no.1 (2018): 42-43.

⁸ "Cek IMEI iPhone, Cara Tahu Identitas Penting di Ponsel Buatan Apple", Ayo Semarang, diakses pada tanggal 14 Agustus 2022, <https://www.ayosemarang.com/bisnis/pr-772668830/cek-imei-iphone-cara-tahu-identitas-penting-di-ponsel-buatan-apple>.

terhindar dari melakukan *israf*, suatu perilaku boros yang sengaja dilakukan untuk memuaskan hawa nafsu.⁹

Kepuasan pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam pada bisnis jual beli handphone berhubungan erat dengan berbagai aspek diantaranya yaitu kualitas, produk dan pelayanan yang diberikan. Dalam islam, apabila kebutuhan fisik dan non fisik seseorang terpenuhi maka terwujudlah suatu kepuasan.¹⁰ Seorang Muslim harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah ketika memberikan pelayanan untuk menunjukkan ketaatan dalam menjalankan hukum Islam. Dasar konsep dalam memberikan pelayanan baik kepada pelanggan dapat ditemui dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Q.S Al-Imran: 159).¹¹

⁹ Hafidhah, Zaki Fuad, dan Dedek Wirda Fonna, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dikaji dalam Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Pelanggan Produk Busana Muslim Toko Ija Kroeng di Banda Aceh)." *EKOBIS SYARIAH*, no. 2 (2021): 8-19.

¹⁰ Moch Zaenal Azis Muchtarom, "Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro," *Journal of Sharia Economics*, no. 1 (2019): 46.

¹¹ Alquran, Al-Imran ayat 159, *Alquran dan Terjemahnya*, (Bandung: Syamil Quran, 2009), 90.

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa setiap umat Islam hendaknya bersikap hati-hati agar orang lain merasa tenteram, sebagaimana seorang pelanggan harus dilayani. Maka dari itu, pelayanan yang baik dapat berdampak pada pelaku bisnis, khususnya kepuasan pelanggan.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aldo Yudita menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif di Bachtiar Store Surabaya, Harga berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan positif dan signifikan di Bachtiar Store Surabaya. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan di Bachtiar Store Surabaya.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Rosanna Wulandari pada objek yang berbeda menghasilkan kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lebih dominan pada PT Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan signifikan pada PT Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi. Besarnya kontribusi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah 62,0%, sedangkan sisanya sebesar 38,0% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.¹⁴

Pengukuran atas tingkat kepuasan pelanggan perusahaan adalah salah satu aspek terpenting, dengan demikian kinerja perusahaan dapat diukur dan dibandingkan dengan para pesaingnya. Selain itu perusahaan dapat mengetahui jika ada kekurangan atau kelemahan terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Sikap dan tindak lanjut adalah penting untuk menumbuhkan pelanggan yang loyal. Bila pelanggan menjadi hilang atau tidak aktif, tindakan harus diambil dalam upaya merebut kembali perhatian konsumen.

¹² Dahrani dan Aulia Syahfitri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Islam Pada Home Industry Queennacollection." *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi*, no.1 (2022): 31.

¹³ Muhammad Aldo Yudita, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, no. 10, (2021): 1.

¹⁴ Rosanna Wulandari, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi", *Jurnal Ekonomak*, No. 3, (2019): 75.

Dengan demikian, aspek kualitas pelayanan pada setiap perusahaan wajib direncanakan, diorganisasikan, diimplementasikan, dan dikendalikan, sehingga dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas pelayanan dikenal dengan *Service Quality (Servqual)* (Dikembangkan oleh Leonard L. Bany, A.Parasuraman dan Zeithaml), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) berdasarkan pada asas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service Product Quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA TERAS STORE KUDUS**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini sesuai dengan fenomena atau masalah yang terjadi di lapangan yaitu untuk meneliti pengaruh *Product Quality*, *brand image*, dan *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam dalam pembelian iPhone di Teras Store Kudus.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus?
2. Apakah *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus?
3. Apakah *Service Excellent* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus?
4. Apakah *Product Quality*, *brand image* dan *service excellent* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus menurut perspektif ekonomi Islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Product Quality* dengan kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Brand Image* dengan kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Service Excellent* dengan kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Product Quality*, *Brand Image* dan *Service Excellent* terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus menurut perspektif ekonomi Islam.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pemikiran kepada akademisi, pengamat sosial, penjual produk-produk Apple dan masyarakat umum tentang bagaimana persepsi konsumen dan dampak psikologis konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk *smartphone* Apple menurut perspektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penjual (Pihak Ketiga)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, bahan evaluasi dan motivasi bagi penjual *iPhone* melalui strategi peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas pelayanan.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan pengetahuan bagi konsumen dalam menentukan pembelian *iPhone* bekas agar mendapatkan unit dari tempat yang bagus dan terpercaya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terbagi menjadi lima bab, masing-masing diuraikan secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab *kedua* berisi kajian teori. Bab ini memuat deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan mengungkapkan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab *ketiga* merupakan metode penelitian yang digunakan oleh penulis. Terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab *keempat* merupakan hasil penelitian yang berisi tentang deskripsi objek, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab *kelima* merupakan bab terakhir yaitu penutup yang berisi tentang simpulan penelitian dan saran.

