

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kepuasan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Band (2018) dalam (Setiyawati, 2017) kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Pentingnya kepuasan konsumen bagi pebisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang.

Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan konsumen tersebut merasa puas.

Kepuasan konsumen tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen. Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti citra merek kualitas produk dan loyalitas konsumen. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

Citra merek dapat dikatakan sebagai interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen, jadi yang menginterpretasi adalah konsumen dan yang diinterpretasikan adalah informasi (Simamora, 2002: 72). Sebuah informasi citra dapat dilihat dari logo atau

symbol yang digunakan oleh perusahaan untuk mewakili produknya. Dimana symbol dan logo ini bukan hanya sebagai pembeda dari para pesaing sejenis namun juga dapat merefleksikan mutu dan visi misi perusahaan tersebut.

Sedangkan menurut Tjiptono (2005:49) citra merek atau brand description, yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Sedangkan menurut Rangkuti (2004:244) citra merek atau brand personality adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen.

Adapun Pradipta (2012: 25) mengatakan bahwa citra merek merupakan presentasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek itu. Dari beberapa pengertian tersebut dapat diketahui bahwa citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu. Konsumen akan merasa percaya dengan produk yang akan dikonsumsi dengan keyakinan yang selalu ada dalam benak mereka. Sehingga produk yang akan dibelinya mempunyai pengaruh dan manfaat yang baik.

Kualitas produk adalah suatu keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang membutuhkan produk tersebut. Pada saat ini kualitas produk adalah prioritas utama bagi hampir dari seluruh konsumen, pada zaman sekarang entah dikalangan remaja dan orang tua sekalipun dapat mengetahui kalau kualitas produk Hp Samsung sudah tidak perlu diragukan lagi, itu dikarenakan kualitas produk memang menjadi prioritas utama bagi pihak perusahaan Samsung tersebut, makanya perusahaan Samsung selalu menguji beberapa kali sebelum dipasarkan kepada calon konsumen.

Sehingga para konsumen tidak akan mengeluh atau merasa tidak puas dengan kualitas dari produk Samsung tersebut. Sebelum dipasarkan kepada calon konsumen, pihak Samsung sudah memikirkan bagaimana tata cara agar para konsumen dapat menerima produk tersebut. Dan suatu saat dapat kembali membeli produk bermerek Samsung. Akan tetapi seperti yang kita ketahui kalau kualitas produk yang baik tentu juga didampinggi dengan harga yang relatif mahal, akan tetapi walaupun dibandrol harga yang mahal para konsumen tidak terlalu mempermasalahkannya dikarenakan para konsumen yang baik,

mengetahui kalau harga Hp Samsung pada umumnya lebih mahal dari pada merek yang lain akan tetapi memiliki kualitas produk yang sudah dipastikan lebih baik dari pada merek-merek yang lain.

Perusahaan Samsung merupakan salah satu produsen smartphone yang paling diminati banyak orang, itu hampir dari segala jenis-jenis fitur baru pada sebuah hp (Handphone) produk Samsung lah yang hampir selalu menemukan terobosan terbaru. Salah satunya ialah produk Samsung pada tahun 2012 mengeluarkan smartphone layar lebar. Sontak pada beberapa bulan kemudian banyak produk-produk tetangga meniru atau membuat produk yang memiliki layar lebar atau serupa yang dilakukan perusahaan Samsung tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Beberapa atribut yang ada dalam sebuah produk yaitu kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Keputusan konsumen didasari atas beberapa hal, seperti citra merek, harga, kualitas produk, dan garansi.

Konsumen atau pelanggan biasanya mempunyai kebiasaan untuk berbagi informasi dengan teman-teman mereka tentang produk-produk yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang tinggi, data di atas menunjukkan bahwa produk yang dibeli tidak memenuhi harapan pelanggannya, sehingga sering terjadi referensi negatif yang muncul, hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan sebab konsumen lebih berminat untuk menceritakan pengalaman negatif dari pada pengalaman positif mereka. Menurut Setiadi (2013), peningkatan merek yang diberikan kepada konsumen yang mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian maka keputusan merek akan tercipta. Ketika citra merek yang diberikan mampu memenuhi pengharapan konsumen, maka konsumen yang bersangkutan akan merasa puas dengan harga penjualan yang diberikan.

Perkembangan teknologi handphone dari sejak pertama keluar hingga sekarang sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan-perusahaan pembuat handphone haruslah

bersaing ketat dan mengeluarkan produk-produk terbarunya yang dapat menarik para konsumen untuk membeli produk mereka. Banyak merek-merek handphone yang beredar dipasaran seperti Samsung, Sony, Lenovo, Huawei, Apple, Asus, Oppo, Nokia, Blackberry, Advan dan masih banyak yang lainnya yang menjadikan persaingan di pasaran semakin ketat. Banyak sekali vendor handphone yang mengeluarkan banyak jenis smartphone dalam satu tahun yang membuat bingung konsumennya karena banyak pilihan. Untuk mengetahui harga dari sepuluh jenis handphone android maka dapat ditunjukkan melalui tabel 1.1. berikut ini.

**TABEL 1.1. DAFTAR HARGA HANPONE ANDROID  
DI INDONESIA TAHUN 2021**

<b>NO</b>	<b>HANPONE</b>	<b>TIPE DAN GB</b>	<b>HARGA HANPONE</b>
1	SAMSUNG	GALAKSI A52 (8/128 GB)	Rp. 4.999.000
2	LENOVO	VIBE K4 NOTE (8/128 GB)	RP. 4.889.000
3	HUAWEI	P 30 PRO (8/128 GB)	RP. 4.889.000
4	ASUS	ROG PHONE (8/128 GB)	RP. 8.999.000
5	OPPO	RENNO 6 (8/128 GB)	RP. 5.500.000
6	NOKIA	8.3 (5GB)	RP. 5.700.000
7	ADVAN	G5 (8/128 GB)	RP. 1.799.000

Sumber. [www.kompas](http://www.kompas)

Dari tabel 1.1. di atas menunjukkan perkembangan harga handphone android dengan masing-masing tipe rata-rata dengan harga 4-5 juta rupiah dibandingkan dengan harga termahal yaitu handphone Apple yang harganya 22 juta sekian. Untuk membentuk loyalitas konsumen harga merupakan salah satu faktor yaitu harga. Harga juga mempengaruhi sebuah keputusan konsumen untuk membeli suatu barang, selain harga kualitas dan merek juga sangat menentukan tingkat loyalitas konsumen. Handphone Samsung telah dikenal oleh masyarakat Indonesia dikarenakan handphone Samsung tersebut sudah membanjiri pasar Indonesia pada tahun 2005 sampai saat ini.

Samsung merupakan salah satu perusahaan yang terbesar di dunia. Dengan kualitas produk yang sangat terpercaya sebagai produk paling diminati masyarakat dari segi kualitas produk, desain produk, harga hingga citra mereknya sehingga dikenal luas oleh

masyarakat Indonesia. Saat ini Samsung merupakan salah satu produk smartphone yang terlaris didunia salah satunya Indonesia. Indonesia menjadikan produk Samsung sebagai produk yang terlaris dan banyak diminati oleh konsumen di berbagai kalangan.

Samsung merupakan salah satu perusahaan yang terbesar didunia. Dengan kualitas produk yang sangat terpercaya sebagai produk paling diminati masyarakat dari segi kualitas produk, desain produk, harga hingga citra mereknya sehingga dikenal luas oleh masyarakat. Saat ini Samsung merupakan salah satu produk smartphone yang terlaris didunia salah satunya Indonesia. Indonesia menjadikan produk Samsung sebagai produk yang terlaris dan banyak diminati oleh konsumen di berbagai kalangan. Untuk mengetahui tingkat pasaran berbagai merek smartphone di indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir dapat di tunjukan melalui tabel 1.2. sebagai berikut.

**Tabel 1.2. Perkembangan Penjualan Smartphone Di Indonesia Tahun 2017-2018**

TAHUN	TINGKAT PENJUALAN SMARTPHONE DI INDONESIA TAHUN 2017-2021 (%)					
	SAMSUNG	ADVAN	VIVO	OPPO	ASUS	XIOMI
2017	31,8	8,3	7,5	25,5	6,5	22,5
2018	27,0	16,8	11,8	19,7	1,6	17,0
2019	28,0	8,0	6,0	17,0	4,0	19,0
2020	14,0	11,0	25,0	24,0	8,0	15,0
2021	19,0	12,0	19,0	24,0	12,0	18,0
TOTAL	119,8	56,1	69,3	110,2	32,1	91,5

**Grafik 1.1. Perkembangan Penjualan Smartphone Lima Tahun Terakhir**



Melihat perkembangan tingkat penjualan smartphone di indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir dapat diketahui bahwa tingkat penjualan yang paling terbanyak

yaitu smartphone Smsung dengan representasi sebesar 119,8 di susul smartphone Oppo 110,2, Xiomi 91,5 dan Advan 56,1 sedangkan smartphone Asus berada pada representasi terendah yaitu 32,1. Melihat perkembangan tersebut dapat diketahui bahwa smartphone samsung memiliki daya tarik tersendiri dari sisi merek yang sudah dikenal lama oleh masyarakat indonesia dan terbukti kualitas smartphonenya sehingga menentukan permintaan terhadap produk tersebut.

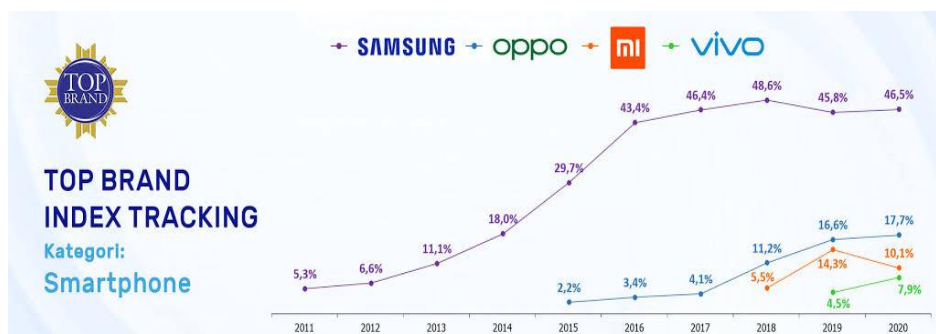
Pada saat ini terdapat beberapa smartphone yang termasuk ke dalam top brand brand merk smartphone di Indonesia, antara lain adalah Samsung, Oppo, Vivo dan realme. Hal tersebut sesuai dengan data yang disajikan oleh top brand Indonesia melalui top brand award 2021. Adapun tabelnya dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut ini

Tabel 1.2.  
Top Merk Smartphone di Indonesia Tahun 2021

Merek smartphone	Presentase (%)
Vivo	13%
Oppo	21%
Samsung	20%
Realme	11%

Sumber <https://www.suara.com/tekno/2021>

Gambar 1.1. Top Brand Index Tracking Smartphone Tahun 2011-2020



Sumber : <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa diantara keempat brand smartphone yang ada yaitu vivo, oppo samsung dan realme yang menyandang predikat top berdasarkan top brand index-nya adalah Samsung dan Oppo. Sehingga pada penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap millennial pengguna smartphone Samsung.

Sedangkan smartphone Samsung di Kota Ternate sendiri sangat di minati oleh anak muda sampai kalangan orang dewasa ada beberapa konsumen yang peneliti jumpai pada beberapa tempat penjualan smartphone Samsung di Kota Ternate. Peneliti melakukan observasi awal dengan mewawancarai konsumen handphone Samsung (ibu ida), *mengatakan bahwa saya memilih membeli handphone bermerek Samsung karna sebelum saya mengetahui merek handphone yang lain saya suda mengetahui merek handphone Samsung lebih dulu*, selain itu peneliti mewawancarai bapak (abdul) yang datang jauh dari Halmahera untuk membeli handphone anaknya, ketika di wawancarai bapak abdul mengatakan bahwa anak saya tidak suka dengan handphone bermerek yang lain selain Samsung karna teman-temannya juga pakai handphone Samsung. Selain itu bapak abdul juga mengomentari terkait dengan kualitas handphone Samsung yang memiliki baterai handphone dan camera yang bagus sehingga memaksakan bapak abdul jauh dari Halmahera ke ternate membeli handphone Samsung.

Gambar 1.1. dokumentasi konsumen smartphone Samsung Kota Ternate



Sumber peneliti (citra) 2021

Dari latar belakang dan observasi awal peneliti yang sudah di kemukakan maka peneliti bertujuan meneliti mengenai dengan PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA TERNATE.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?
6. Apakah citra merek memediasi pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?
7. Apakah kualitas produk memediasi pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk.

1. Mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate
2. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate
3. Mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate
4. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate
5. Mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate.
6. Mengetahui apakah citra merek memediasi pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smartphone Samsung di Kota Ternate.



7. Mengetahui apakah kualitas produk memediasi pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pengguna smart phone samsung di Kota Ternate.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai dengan pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas pengguna smartphone samsung.

##### **2. Manfaat praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

###### **a. Bagi perusahaan**

Dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi pihak smartphone samsung mengenai dengan citra merek, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas dan memberikan masukan bagi pihak smartphone samsung agar mengambil kebijakan-kebijakan yang tepat agar mampu meningkatkan loyalitas konsumen

###### **b. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan saran menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang pemasaran.

