

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terus meningkat menimbulkan fenomena persaingan antar produsen *Smartphone* Apple yaitu Iphone semakin pesat dari sekian banyaknya pilihan *Smartphone* yang ada, dan banyak hal yang harus dilakukan oleh produsen *Smartphone* untuk membuat para konsumen merasa terpenuhi oleh kebutuhannya terhadap suatu produk. Hal ini juga dapat menyebabkan keperluan *Smartphone* semakin meningkat bahkan akan menjadi kebutuhan hidup, dikarenakan Fitur-fitur yang ditawarkan pada masing-masing produsen *Smartphone* sangat beragam dan juga memiliki banyak fungsi dari pada masing-masing fitur *Smartphone*. Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Apple yaitu Iphone dapat diduga dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup. Data mengenai *Top Brand Index* 2018-2022 pada kategori *Smartphone*, dapat dilihat pada table berikut dibawah ini:

**Table 1.1.**  
**Top Brand Index 2018-2022 Kategori Smartphone**

No	2018		2019		2020		2021		2022	
	Produk	TBI	Produk	TBI	Produk	TBI	Produk	TBI	Produk	TBI
1	Samsung	43.5%	Samsung	46.1%	Samsung	46.1%	Samsung	38.0%	Samsung	41.3%
2	Iphone	13.8%	Oppo	15.0%	Oppo	15.1%	Oppo	20.9%	Oppo	18.7%
3	Xiaomi	13.1%	Xiaomi	11.4%	Xiaomi	11.6%	Iphone	15.9%	Iphone	13.2%
4	Oppo	12.5%	Iphone	9.6%	Iphone	9.1%	Xiaomi	10.6%	Xiaomi	11.0%
5	Asus	2.47%	Vivo	7.4%	Vivo	7.9%	Vivo	7.6%	Vivo	7.7%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) (Data Diolah)

Berdasarkan table diatas, dapat kita lihat dari urutan *Top Brand Index* dari tahun 2018-2022. Yang mengacu pada *Top Brand Index* diatas, kita dapat melihat merek-merek apa saja yang mendapatkan *Top Brand Index*. *Top Brand Award* sendiri merupakan penghargaan yang diberikan kepada merek-merek unggul yang sudah ditentukan mempunyai performa yang luar biasa di pasar Indonesia. Dapat kita lihat pada table diatas, pada tahun 2018 Iphone menduduki posisi kedua dari urutan 5 kategori *Smartphone* dengan nilai 13.8% sedangkan yang menduduki posisi pertama adalah Samsung dengan nilai 43.5%, selanjutan pada tahun 2019 dan 2020 Iphone terlihat mengalami penurunan yang menduduki posisi ke empat dengan nilai 9.6% dan 9.1%, selanjutnya pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan kembali pada posisi ketiga dengan nilai 15.9% dan 13.2% . Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 yang menjadi *Market Leader* adalah Samsung yang selalu menduduki posisi pertama yang mengungguli pesaingnya yaitu Iphone. Hal ini yang membuat saya tertarik untuk mengambil judul penelitian ini, karena adanya Loyalitas Pelanggan yang tinggi terhadap Iphone.

Salah satu merek *Smartphone* yang terkenal di pasar Indonesia yaitu *Iphone*, yang pertama kali dikenalkan pada tahun 2007. Iphone merupakan salah satu perusahaan yang sangat berhasil dalam menciptakan citra merek yang kuat di dalam benak pelanggan. Hal ini terbukti dari tingginya pertumbuhan pada penjualan produk *Smartphone* Iphone yaitu Iphone. Kebutuhan *Smartphone* yang semakin meningkat dan mendorong akan kebutuhan masyarakat terhadap *Smartphone* yang dapat mengerjakan segala hal dan akan bisa menggantikan fungsi komputer mulai dari komunikasi, belanja *Online*, *Mobile Banking* (M-banking), browsing, dan juga dapat update status di sosial media. Hal ini yang menyebabkan keperluan

*Smartphone* semakin meningkat bahkan bisa menjadi kebutuhan hidup (Somantri, 2020).

Menurut Sembiring (2014), Kualitas Produk yang ditawarkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap penjualan perusahaan, mulai dari mendesain, mengadakan sistem produksi dan operasi, menciptakan program pemasaran, sistem distribusi, serta iklan untuk mengarahkan konsumen melakukan pembelian. Secara umum produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen ke pasar untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. produk adalah seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak termasuk juga di dalamnya seperti warna, harga, citra merek produk, citra merek yang menjual, dan juga pelayanan yang akan diterima oleh pelanggan guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan itu sendiri. Demikian hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Akbar (2020) dan Sijabat (2021), yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (2008), definisi dari Kepuasan Pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang akan diberikan kepada suatu produk sepadan dengan harapan seorang pembeli. Jika kinerja suatu produk yang dirasakan seorang konsumen sama atau lebih besar dari harapan, maka konsumen akan merasa puas terhadap suatu produk yang mereka dapatkan, begitu juga sebaliknya Apabila kinerja suatu produk yang dirasakan oleh konsumen kurang dari harapan, maka konsumen akan merasakan kurang puas terhadap suatu produk yang mereka dapatkan. Maka dari itu Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen dapat memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Kepuasan Pelanggan berkaitan langsung dengan Kualitas Produk dimana hal itu akan

berdampak kepada produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Maka dari itu Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dengan produk yang sudah diakumulasikan sebagaimana persepsi suatu produk. Demikian hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Dennisa (2016) dan Hidayat (2014), menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan Loyalitas Pelanggan.

Menurut Wijayanto (2013), Citra Merek merupakan sekumpulan merek yang terbentuk dalam benak seorang konsumen yang terbiasa dalam menggunakan merek tertentu yang cenderung lebih memiliki konsistensi terhadap Citra Merek atau bisa disebut juga kepribadian merek. "Citra Merek adalah keyakinan seorang konsumen mengenai merek tertentu". Citra merek juga bisa disebut dengan persepsi dan keyakinan terhadap sekumpulan merek yang terjadi dibenak konsumen. Hubungan yang erat antara merek dengan citra merek dimana terjalin pada suatu merek dalam pembentukan citra merek. Maka dari itu citra merek yang baik dalam suatu produk atau merek dapat memikat hati konsumen dan ketika konsumen merasa citra merek suatu produk sangat baik, maka konsumen tersebut akan loyal terhadap merek atau produk tertentu dan akan melakukan pembelian secara berulang karena seorang konsumen merasakan puas atas produk yang dihasilkan. Dari hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Abbas (2021) dan Simanjuntak (2020), menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan Loyalitas Pelanggan.

Menurut (Pamungkas, 2019), menjelaskan bahwa gaya hidup adalah sebagai pola dalam mencerminkan kegiatan, ketertarikan, serta opini seseorang dalam melakukan interaksi terhadap lingkungan sekitar yang akan di ukur dengan

menggunakan *Psycographics*. Gaya hidup juga dapat menunjukkan bagaimana seseorang yang hidup, membelanjakan semua uangnya dan menggunakan waktunya sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Gaya hidup merupakan salah satu cara dalam mendefinisikan cara seseorang dalam menghabiskan waktu untuk melakukan aktifitas, apa yang dimaksud penting dalam lingkungan maka orang tersebut akan berfikir tentang diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. Dan hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Dahlan (2022) dan Sadiyah (2018), menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Menurut Normasari (2013), menjelaskan bahwa Loyalitas Pelanggan adalah *Asset* yang sangat penting dalam sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan seorang pelanggan. Loyalitas pelanggan ini lebih mengacu kepada perilaku seorang pelanggan dalam berperilaku untuk mengambil sebuah keputusan untuk melakukan pembelian secara berkala pada satu terhadap suatu produk yang akan mereka pilih. Dengan demikian loyalitas pelanggan dapat terbentuk apabila adanya pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Kotler & Keller (2017), Berbagai macam alat komunikasi yang diciptakan oleh Apple salah satunya adalah *Smartphone* Apple yaitu Iphone yang akan mempermudah manusia dalam berinteraksi dan beraktifitas dalam kesehariannya. Berbagai perusahaan menimbulkan suatu persaingan global yang dimana para konsumen juga sangat kritis dalam memilih suatu produk. Salah satunya yang menjadi keunggulan pasar dalam bidang komunikasi adalah *Smartphone* Apple yaitu Iphone.

Iphone merupakan perusahaan teknologi yang sangat populer dikalangan masyarakat pada umumnya, karena itu perusahaan Iphone selalu disebut sebagai perusahaan terkaya di dunia. Perusahaan Iphone di dirikan oleh Steve Jobs dan Steve Wozniak pada tanggal 1 April tahun 1976. Sampai detik ini perusahaan Iphone berusia 44 tahun dan masih terus diperbincangkan oleh public. (Accestrade, 2020).

Pada masa sekarang, gadget merupakan salah satu barang atau produk yang paling digemari atau dicari oleh masyarakat. Hampir semua orang memiliki *Smartphone* Apple yaitu Iphone yang memiliki penerapan teknologi yang canggih. Seiring pada perkembangan zaman yang sudah modern, perkembangan gadget pun ikut berkembang dan juga mekin menyebar ke berbagai penjuru dunia. Dalam industry *software*, gadget mengacu kepada program komputer yang menyedia layanan tanpa memerlukan sebuah aplikasi indenpenden. Tak dapat dipungkiri lagi jika kemajuan teknologi masa kini dapat berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi-inovasi yang telah dibuat oleh dunia, khususnya pada pengembangan teknologi komunikasi pada gadget itu sendiri. (Utami, 2016).

Dengan memberi kepuasan kepada konsumen yang membeli *Smartphone* Apple yaitu Iphone akan menjadi lebih loyal dan bahkan akan mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang telah memberikan kepuasan kepadanya. Kepuasan pelanggan dilihat dari kinerja produk dalam memenuhi harapannya, karena apa yang diinginkan pelanggan dapat terpenuhi bahkan bisa melebihi harapannya. Dengan cara memberikan kepuasan terhadap apa yang konsumen dapat, dan juga dapat membuat para konsumen selalu kembali

untuk berbelanja. Untuk keperluan itu para produsen berupa mengkombinasikan berbagai faktor produksi yang dapat dikonsumsi oleh para konsumen. setiap perusahaan selalu ingin memberikan kepuasan pada pelanggannya, karena itu artinya sama dengan mempertahankan dan meningkatkan perusahaan sendiri.

Penelitian ini dilakukan karenakan sudah banyak sekali *smartphone* yang hadir seperti Samsung, Iphone, Xioami, Oppo, dan Asus. Menurut *Top Brand Index* Iphone menempati posisi kedua dari urutan 5 kategori *Smartphone* lainnya. Adanya faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada pembelian produk Iphone saat ini adalah faktor yang akan diteliti dari faktor tersebut dapat menimbulkan rasa loyal dari seorang pelanggan terhadap suatu produk tersebut serta meningkatkan konsumen dalam melakukan pembelian secara berkala. Namun dibalik faktor tersebut pastinya ada dari beberapa konsumen yang memiliki rasa kekhawatiran dalam membeli suatu produk tersebut.

*Smartphone* Apple yaitu Iphone memiliki potensi memiliki perkembangan yang sangat pesat dengan strategi penjualan yang sangat baik. Terlalu banyak konsumen yang beranggapan bahwa *Smartphone Iphone* yaitu Iphone sangat lah mahal. Namun Iphone berhasil membuktikan bahwa *Smartphone Iphone* yaitu Iphone tidak begitu mahal seperti apa yang konsumen pikirkan, sehingga *Smartphone Iphone* yaitu Iphone menduduki posisi kedua pada *Top Brand Index*. Hal ini dapat menunjukan bahwa citra merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dilakukan oleh konsumen. tujuan penelitian ini untuk meningkatkan kualitas produk dengan menguasai fitur-fitur produk yang akan ditawarkan, maka dari itu penelitian ini mengadopsi variable Kualitas Produk,

Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian produk Iphone. (Kristinae, 2022)

Romadhoni (2015) berpendapat bahwa keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan Citra Merek yang mereka miliki diantaranya inovasi teknologi keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing, dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik Citra Merek produk yang dijual, maka semakin tinggi Gaya hidup oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Senly (2017) yang menyatakan bahwa citra merek dapat mempengaruhi Gaya hidup dengan hubungan yang positif.

Loyalitas dalam suatu bisnis sangat diharapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan pada jangka panjang atas hubungan mutualisme terjalin dalam kurun waktu tertentu. Pelanggan adalah unsur terpenting dalam sebuah bisnis, karena untuk menciptakan nilai yang tinggi bagi pelanggannya. Apabila pelanggan merasakan kepuasan terhadap suatu produk dan pelanggan juga merasakan terpenuhi setelah melakukan pembelian, maka hal ini akan menciptakan sebuah loyalitas pelanggan akan barang atau jasa. Allah berfirman dalam surat Al-Ahqaf ayat 13 yang berbunyi :



إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya :

*“Sesungguhnya orang-orang yang berkata, “Tuhan kami adalah Allah,” kemudian mereka tetap istiqamah tidak ada rasa khawatir pada mereka, dan mereka tidak (pula) bersedih hati”.* (Q.S. Al-Ahqaf [6] : 13).

Ayat diatas menjelaskan bahwa ber-Istiqamah merupakan suatu ketaatan kepada Allah yakni senantiasa dijalan Allah dan menjauhi laranganNya, hal ini berkaitan pula dengan loyalitas pelanggan. Apabila terpenuhi kebutuhannya dan merasakan nilai yang baik dari suatu produk atau jasa maka akan muncul sisi positif yang diterima sehingga berkeinginan secara terus-menerus untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan suatu produk Iphone dan membahasnya dalam bentuk Skripsi dengan judul : “PENGARUH KUALITAS PRODUK KEPUASAN PELANGGAN CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA PRODUK IPHONE SERTA TINJAUAN MENURUT AGAMA ISLAM (Studi Kasus Pengguna Iphone pada Mahasiwa/I FEB Universitas Yarsi).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah peneliti jelaskan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?

2. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?
3. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?
4. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?
5. Bagaimana Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?
6. Bagaimana Pandangan Islam Mengenai Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Kualitas Produk Pada Pengguna Produk Iphone
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Citra Merek Pada Pengguna Produk Iphone
4. Untuk Mengetahui Bagaimana Gaya hidup Pada Pengguna Produk Iphone
5. Untuk Mengetahui Bagaimana Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone

6. Untuk Mengetahui Bagaimana Bagaimana Pandangan Islam Mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone?

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

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak, diantaranya :

- a. Manfaat Teoristis

Sebagai sarana penelitian dalam menyusun karya ilmiah mengenai Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

- b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka mengambil keputusan mengenai Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, dan Gaya hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk Iphone.