

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini komunikasi yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat. Teknologi yang semakin canggih membuat alat komunikasi berubah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Salah satunya dibidang teknologi telekomunikasi. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi dimana saja dan kapan saja menjadi peluang untuk munculnya teknologi telekomunikasi berbasis telepon seluler.

Dalam Islam, sains dan teknologi sangat penting untuk membangun peradaban yang kuat dan tangguh. Sebagaimana halnya dahulu para khalifah mendorong kaum Muslim untuk menciptakan teknologi dan membuat karya ilmiah guna mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Jadi, Islam tidak pernah melarang sains dan teknologi, tetapi justru Islam selalu terdepan dalam sains dan teknologi sejak 13 abad yang lalu.

Semakin meningkatnya penggunaan telepon seluler membuat perusahaan *handphone* berlomba-lomba mengeluarkan produknya untuk membuat para konsumen tertarik membeli produk mereka dengan memberikan diferensiasi terhadap produk mereka seperti kelengkapan fitur-fitur yang menarik yang akan memberikan nilai lebih bagi produk di mata konsumen.

Salah satu perusahaan tersebut adalah PT. Samsung *Eletronics*. Dalam hal ini PT. Samsung *Eletronics* membanjiri pasar dengan banyaknya pilihan *handphone* Samsung dari segmen *low-end*, *midend*, maupun *high-end*. Dari

kategori *handphone*, Samsung menduduki peringkat pertama pengguna paling tinggi di Tahun 2016, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Indeks Merek Teratas *Handphone* Fase 1 2016

MEREK	TBI
Samsung	43.4%
Nokia	10.9%
Blackberry	9.8%
iPhone	5.8%
Smartfren	5.4%
Lenovo	4.0%
Oppo	3.4%
Asus	3.2%
Cross	3.0%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan Tabel 1.1, Samsung masih menjadi merek teratas *handphone* di Indonesia. Karena masih menguasai pangsa pasar hingga 43.4% dan mengalahkan merek *handphone* lainnya seperti Nokia, Blackberry, iPhone, Smartfren, Lenovo, Oppo, Assus dan Cross.

Setiap perusahaan harus mampu bertahan dan bahkan harus dapat berkembang. Salah satu hal yang penting adalah perusahaan harus dapat mempertahankan loyalitas merek dari pelanggan. Loyalitas terhadap merek produk merupakan konsep yang sangat penting terutama disaat kondisi tingkat persaingan yang sangat ketat. Di samping itu, upaya mempertahankan loyalitas merek itu merupakan upaya strategis yang lebih efektif dibandingkan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru (Riana, 2008).

Setiap industri dan perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan, salah satunya

dengan mempertahankan citra merek dimata konsumen terutama dimata para pelanggan/konsumen yang mempunyai loyalitas pada perusahaan.

Adanya perubahan gaya hidup dan pola hidup masyarakat mempengaruhi dalam memilih alat komunikasi yang digunakan. Konsumen melihat merek sebagai hal yang penting dalam sebuah produk, dan mereka dapat menjadi nilai tambah dalam produk tersebut (Kotler, 2008). Merek yang sukses juga akan meningkatkan loyalitas konsumen atau pelanggan terhadap merek itu sendiri. Loyalitas merek menunjukkan adanya ikatan antara konsumen dengan merek tertentu. Loyalitas dapat didasarkan pada perilaku pembelian aktual produk yang dikaitkan dengan proporsi pembelian (Mowen, 2002).

Untuk mendapatkan konsumen yang loyal di era persaingan yang semakin ketat ini adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Kepuasan konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan dapat menentukan tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek *Handphone* Samsung Dan Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas merek *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi?

2. Apakah ada pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi?
3. Apakah citra merek dan kepuasan konsumen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi?
4. Bagaimana citra merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi menurut sudut pandang Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen secara simultan terhadap loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi.

4. Untuk mengetahui bagaimana citra merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek pada *handphone* Samsung dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi menurut sudut pandang Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dirumuskan dari dilakukannya penelitian ini terdiri dari dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pada khususnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Kegunaan bagi peneliti, sebagai studi perbandingan antara teori dan praktek yang diterima di bangku kuliah dan yang terjadi di masyarakat, selain itu juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan lain.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan PT. Samsung *Electronics* terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan khususnya dalam hal pemasaran.