

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi yang terus berkembang tanpa diragukan lagi telah membawa banyak perubahan terhadap kehidupan manusia. Salah satu bidang kehidupan manusia yang banyak mengalami perubahan akibat globalisasi adalah teknologi informasi. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi melalui televisi, radio, internet, berbagai media cetak dan media-media lain. Berbagai media inilah yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai produk dan merek mereka kepada masyarakat sehingga produk dan merek mereka dikenal oleh masyarakat secara luas (Putra & Budiarti, 2020).

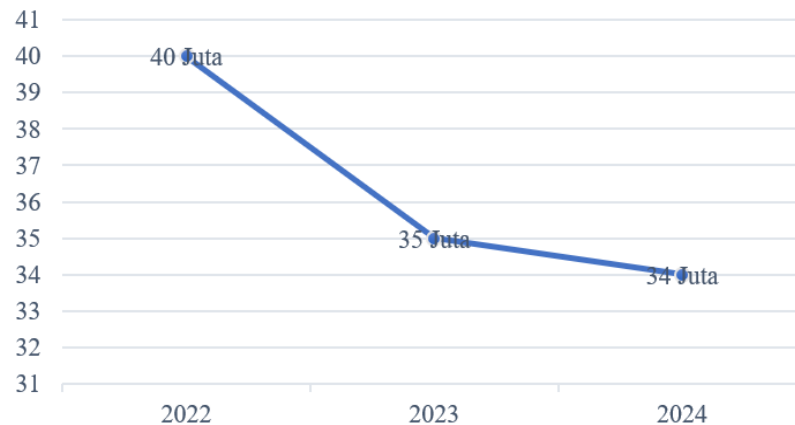
Perkembangan kemajuan teknologi dan informasi yang semakin maju menjadikan kebutuhan manusia semakin berkembang dan lebih kompleks. Perusahaan bersaing menciptakan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang semakin beragam. Teknologi merupakan suatu aspek dan identitas kemajuan suatu peradaban. Teknologi hampir ditemui dikalangan masyarakat masa kini dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda (Putra, 2020).

Penggunaan internet yang begitu cepat berpengaruh besar terhadap berbagai bidang, salah satunya bisnis *smartphone*. Ekstensi dari telepon genggam yang merupakan alat komunikasi elektronik dengan kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional nirkabel (Khundyz, 2020). *Smartphone* menjadi basis komunikasi masyarakat untuk kebutuhan sosial dan juga untuk berbisnis karena

fungsi yang semakin banyak dan beragam yang bersifat multimedia (Bagaskara & Kana, 2021).

Persaingan yang ketat didunia bisnis terjadi hampir disetiap jenis industri. Industri teknologi informasi dan komunikasi terutama pada jenis *smartphone* telah menjadi kebutuhan dasar yang dibutuhkan setiap orang. *Smartphone* telah menjadi salah satu penunjang untuk berkomunikasi, menemukan informasi dan memberikan informasi. *Smartphone* bukan hanya untuk berkomunikasi, menemukan informasi bahkan memberikan informasi, namun *smartphone* telah menjadi gaya hidup setiap orang, baik dari kalangan menengah keatas atau kalangan menengah kebawah (Setiawan & Alwie, 2022).

Iphone adalah sebuah merek *smartphone* yang diproduksi oleh perusahaan Apple, Inc. *Smartphone* Iphone banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki citra sebagai telepon seluler papan atas dengan memiliki ciri khas dan tampilan serta fitur yang diberikan oleh Apple yang tidak bisa didapatkan dalam telepon seluler merek lain. Iphone merupakan salah satu *smartphone* terkenal di Indonesia dan selalu mengikuti perkembangan *trend smartphone* dan gaya hidup konsumen. Berikut merupakan data penjualan produk *Smartphone* Iphone di Indonesia tahun 2022-2024.

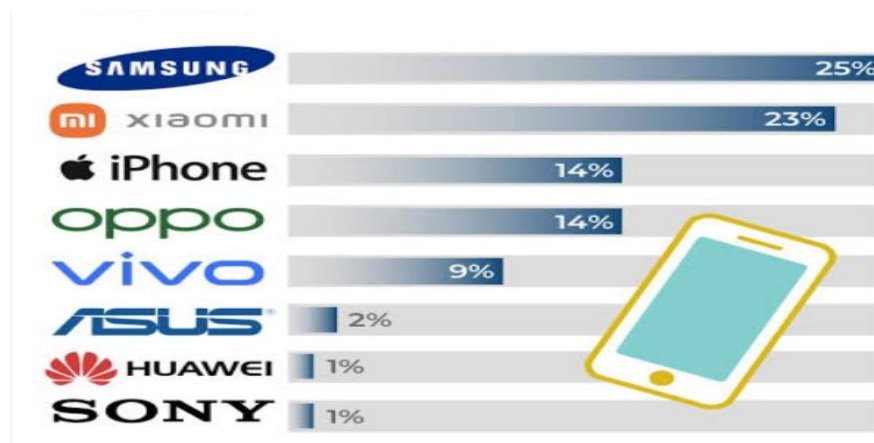


Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, (2024).

Gambar 1.1
Penjualan produk *Smartphone* Iphone di Indonesia Tahun 2022-2024

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan produk *smartphone* Iphone di Indonesia tahun 2023-2024. Penurunan penjualan tersebut disebabkan harga produk *smartphone* Iphone yang cukup mahal serta munculnya pesaing dengan menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang jauh lebih murah.

Pertumbuhan produk *smartphone* memang luar biasa di dunia termasuk di Indonesia. Masyarakat Indonesia beranggapan bahwa memiliki *smartphone* Iphone merupakan sebuah gaya hidup yang mewah karena sudah memiliki *brand* yang terkenal dikalangan menengah ke atas terutama mahasiswa. Kemewahan iphone mampu menarik mahasiswa untuk selalu menggunakan *smartphone* iphone (Bagaskara & Kana, 2021). Berikut merupakan data pengguna terbanyak merek *smartphone* di Indonesia tahun 2023.



Sumber: [https://databoks.katadata.co.id, \(2023\).](https://databoks.katadata.co.id, (2023).)

Gambar 1.2
Pengguna Terbanyak Merek *Smartphone* di Indonesia Tahun 2023

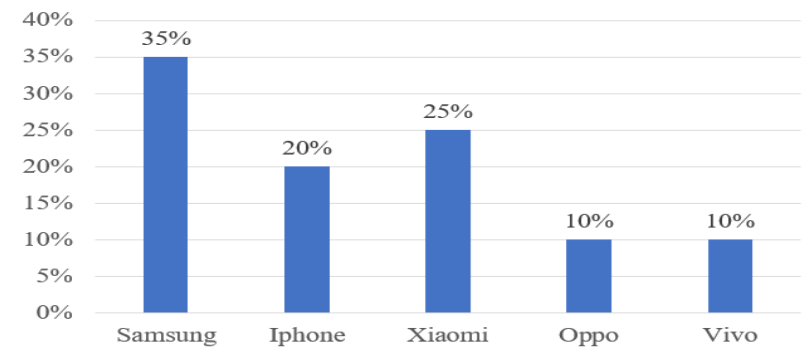
Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Samsung menduduki peringkat pertama pengguna terbanyak merek *smartphone* di Indonesia tahun 2023 dengan presentase 25% diikuti oleh Xiaomi di peringkat kedua dengan presentase 23%, sedangkan Iphone berada di peringkat ketiga dengan presentase 14%. Hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia belum terlalu loyal menggunakan *smartphone* Iphone karena sistem operasi iOS yang cukup sulit untuk digunakan. Sistem operasi Android pada saat ini lebih memberikan kemudahan bagi pengguna *smartphone* untuk mengoperasikan *smartphone* mereka.

Perusahaan Apple harus memikirkan strategi bersaing agar dapat bertahan dan mampu memenangkan persaingan. Salah satu faktor yang dijadikan pertimbangan oleh perusahaan *smartphone* dalam mempertahankan pangsa pasar adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat bertahan di era persaingan yang semakin ketat (Arumsari *et al.*, 2023). Salah satu cara mempertahankan hal tersebut adalah dengan

meningkatkan *brand image*, gaya hidup, kualitas produk dan kepuasan pelanggan (Putra & Budiarti, 2020).

Salah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan *brand image* terhadap produk. *Brand image* merupakan gambaran tentang keyakinan pelanggan terhadap suatu merek tertentu (Lusianti *et al.*, 2023). Masyarakat Indonesia cenderung menggunakan *brand smartphone* Samsung dan Xiaomi dibanding dengan Iphone. Hal tersebut dibuktikan dengan pengguna terbanyak merek *smartphone* di Indonesia tahun 2023 yang ditempati oleh Samsung dan Xiaomi.

Selain dengan meningkatkan *brand image*, gaya hidup juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang terungkap pada aktivitas, minat dan opini (Widodo & Rachma, 2021). Gaya hidup masyarakat Indonesia yang selalu eksis dan ingin memiliki produk yang berkelas, menuntut mereka menggunakan produk Iphone. Namun pada kenyataannya masyarakat Indonesia cenderung menggunakan *smarthphone* Android dibandingkan dengan Iphone karena lebih mudah untuk digunakan (Setiawan & Alwie, 2022). Hal tersebut dapat dilihat dari data pengguna produk Iphone dan pesaing tahun 2023 sebagai berikut.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, (2023).

Gambar 1.3
Data Pengguna Produk Iphone dan Pesaing Tahun 2023

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih menggunakan *smartphone* Samsung dibanding dengan Iphone. Iphone yang dianggap sebagai *smartphone* kelas atas dengan gengsi dan gaya hidup mewah tidak mampu mengalahkan *smartphone* Samsung. Konsumen cenderung menggunakan *smartphone* Samsung yang mudah digunakan dan memiliki harga yang terjangkau ketimbang membeli *smartphone* Iphone dengan harga yang mahal namun sulit untuk digunakan.

Selain *brand image* dan gaya hidup, meningkatkan loyalitas juga dapat melalui kualitas produk. Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi harapan konsumen atau tidak (Putra & Budiarti, 2020). Produk yang memiliki kualitas dengan spesifikasi yang baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar akan dibeli konsumen dan membuat konsumen loyal (Garga *et al.*, 2021). Berikut merupakan prosesor *smartphone* terbaik dan tercepat tahun 2023.

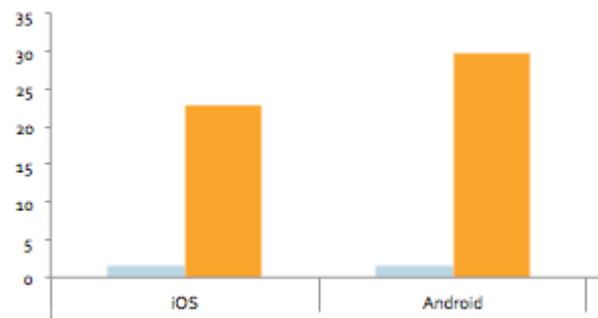


Sumber: [https://databoks.katadata.co.id, \(2023\).](https://databoks.katadata.co.id, (2023).)

Gambar 1.4
Prosesor Terbaik dan Tercepat Tahun 2023

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa prosesor terbaik dan tercepat tahun 2023, yaitu Snapdragon 8 Gen 1, sedangkan produk Iphone dengan prosesor A15 Bionic Apple menempati peringkat ketiga. Hal tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk Iphone masih kalah bersaing dengan Android dalam tingkat kecepatan prosesor.

Kepuasan pelanggan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk sesuai atau tidak dengan harapannya (Karatri *et al.*, 2021). Harapan pelanggan yang dapat terpenuhi akan menimbulkan loyalitas. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk tetap bertahan di era persaingan yang semakin ketat (Putra & Budiarti, 2020). Berikut merupakan perbandingan tingkat kepuasan pengguna Andorid dan iOS tahun 2023.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, (2023).

Gambar 1.5
Tingkat Kepuasan Pengguna Android Dan iOS Tahun 2023

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna Android lebih tinggi dari tingkat kepuasan pengguna iOS. Hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia lebih puas menggunakan *smartphone* Android dibandingkan dengan *smartphone* iOS.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widodo & Rachma (2021) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khundyz (2020) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Alwie (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kohli *et al* (2020) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Shrestha (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara & Kana (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lacap & Tungcab (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan temuan Widodo & Rachma (2021), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali hasil tersebut guna memastikan apakah mendukung atau justru menyanggah temuan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik memilih judul **“Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna HP Iphone (Studi Pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian ini agar berjalan dengan baik dan terarah, diperlukan penetapan batasan masalah. Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini, yaitu Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus pengguna HP Iphone.

2. Variabel eksogen, yaitu *brand image*, gaya hidup dan kualitas produk serta variabel endogen, yaitu loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
3. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 responden.
5. Waktu penelitian selama 1 bulan mulai tanggal 16 Juli sampai 16 Agustus 2024.

1.3. Perumusan Masalah

Fenomena pada pengguna *smartphone* Iphone terkait dengan *brand image*, gaya hidup, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Masyarakat Indonesia cenderung menggunakan *brand smartphone* Samsung dan Xiaomi dibanding dengan Iphone (Gambar 1.2).
2. Masyarakat Indonesia lebih menggunakan *smartphone* Samsung dibanding dengan Iphone. Iphone yang dianggap sebagai *smartphone* kelas atas dengan gengsi dan gaya hidup mewah tidak mampu mengalahkan *smartphone* Samsung (Gambar 1.3).
3. Kualitas produk Iphone masih kalah bersaing dengan Android dalam tingkat kecepatan prosesor (Gambar 1.4).
4. Masyarakat Indonesia lebih puas menggunakan *smartphone* Android dibandingkan dengan *smartphone* iOS (Gambar 1.5).

5. Masyarakat Indonesia belum terlalu loyal menggunakan *smartphone* Iphone karena sistem operasi iOS yang cukup sulit untuk digunakan (Gambar 1.2).

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
2. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
3. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
4. Bagaimana *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
5. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
6. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?
7. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.

2. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
4. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
5. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
6. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan HP Iphone pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan dalam bidang yang sedang dikaji, khususnya dalam menganalisis manajemen pemasaran yang melibatkan *brand image*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas dibidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan *brand image*, gaya hidup, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan HP Iphone.

