

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang akan sukses dalam persaingan. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain : kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dengan perusahaan (Vanessa Gaffar, 2007). Buat memenangkan persaingan diharapkan seni manajemen yang jitu, salah satu strategi yang bisa ditempuh yaitu dengan membangun citra yang baik di mata konsumen. Loyalitas menunjukkan adanya ikatan pelanggan dengan produk tertentu dan ini sering kali ditandai adanya pembelian ulang dari pelanggan.

Fenomena bisnis atau masalah yang menarik untuk diteliti pada produk *smartphone* Samsung adalah adanya fluktuasi penjualan produk *smartphone* Samsung. Melihat perkembangan *smartphone* saat ini yang dikuasai oleh merek terbaik yaitu Samsung, Apple, Lenovo, Huawei, Xiaomi, dan lain-lain. Penelitian ini mengambil obyek penelitian pada produk *smartphone* Samsung karena adanya fluktuasi penjualan *smartphone* Samsung yang berfluktuatif seperti ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 1.1.
Penjualan Smartphone Samsung Tahun 2016

Kuartal	Penjualan (Miliar Rupiah)
1Q16	49.782.252
2Q16	50.937.120
3Q16	47.815.633
4Q16	53.331.740

Sumber : Laporan keuangan PT Samsung Electronics (2016)

Selain fenomena bisnis seperti dijelaskan diatas, terdapat kenyataan kesenjangan hasil riset antara lain penelitian yang dilakukan oleh Rindang Lista Sari dkk (2014) menemukan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian oleh Yitzhak Armando Lehaba dkk (2015) menemukan citra berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Suswardji, dkk (2012) dan Suatma (2013) menyatakan bahwa fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Jatmiko (2013) menyatakan bahwa fitur mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sesuai latar belakang yang sudah dipaparkan maka peneliti ingin mengangkat penelitian dengan judul “PENGARUH FEATURE PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE MEREK SAMSUNG DI KOTA SEMARANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan bisnis semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk bersaing secara baik dan berusaha untuk meningkatkan kualitas usahanya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rindang

Lista Sari dkk (2014) menemukan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian oleh Yitzhak Armando Lehaba dkk (2015) menemukan citra berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian Suswardji, dkk (2012) dan Suatma (2013) menyatakan bahwa fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Jatmiko (2013) menyatakan bahwa fitur mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Data yang telah diperoleh menunjukkan jumlah penjualan *smartphone* Samsung mengalami penurunan yang fluktuasi sehingga menuntut perusahaan untuk mempertahankan usahanya. Terjadi persaingan yang semakin ketat antar perusahaan *smarthphone* mengakibatkan penjualan perusahaan *smarthphone* Samsung menurun sehingga perusahaan harus berusaha keras untuk mempertahankan konsumennya. Meneliti *feature* produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang melalui loyalitas konsumen merupakan hal yang penting guna meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan konflik yang penulis uraikan pada atas, maka penulis merumuskan dilema pokok yang akan pada bahas sebagai berikut :

1. Apakah *feature* produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang ?
3. Apakah *feature* produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang ?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang

smartphone merek Samsung di kota Semarang ?

5. Apakah keputusan pembelian ulang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan rumusan duduk perkara yang penulis jabarkan diatas adapun tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini ialah :

1. Menganalisis pengaruh *feature* produk terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.
2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.
3. Menganalisis pengaruh *feature* produk terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.
4. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.
5. Menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai asal penelitian ini adalah :

1. Untuk memperlihatkan faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang dan loyalitas konsumen dalam pembelian ulang *smartphone* merek Samsung di kota Semarang.

2. Sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dan untuk mempergunakan teori dari pelajaran di perkuliahan serta kenyataan di lapangan.
3. Sebagai tambahan ilmu di bidang pemasaran smartphone dan untuk memperlihatkan faktor dalam meningkatkan keputusan pembelian serta loyalitas konsumen pada produk smartphone merek Samsung di kota Semarang.