

ASLI
20-1-23 Af

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
KAMPUS PALEMBANG)**



Skripsi Oleh:

SOFIA ADHA

01011381722241

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
KAMPUS PALEMBANG)

Disusun Oleh :

Nama : Sofia Adha

NIM : 01011381722241

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing
Ketua,

Tanggal

: 11 November 2022

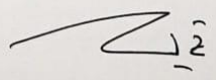

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001

Anggota,

Tanggal

: 11 November 2022


Welly Nailis, S.E., M.M

NIP. 197407102008011011

ASLI
20-1-23 Af

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
KAMPUS PALEMBANG)

Disusun oleh:

Nama : Sofia Adha
NIM : 01011381722241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 Januari 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

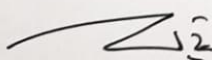
Palembang, 18 Januari 2023
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Anggota



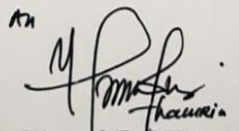
Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Anggota



Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP. 198106302014092003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

At


Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofia Adha
Nim : 01011381722241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Skripsi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
KAMPUS PALEMBANG)**

Pembimbing :

Ketua : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
Anggota : Welly Naillis, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 6 Januari 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi yang saya peroleh dari karya tulis orang lain, yang telah saya sebutkan sumbernya dengan jelas, sesuai kaidah penulis ilmiah.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 18 Januari 2023
Pembuat Pernyataan,



Sofia Adha
NIM. 01011381722241

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sekecil apapun, perbuatan baik dari tanganmu itu berdiri setingkat di atas kata-kata.” –El

“Your progress does not need to be seen or validated by other people.” –the poetics

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ❖ **Mamaku tercinta**
- ❖ **Keluargaku dan orang-orang yang kusayang**
- ❖ **Dosen FE UNSRI**
- ❖ **S1 Manajemen 2017**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Iphone (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penyusun Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun segala kesalahan dan kekurangan menjadi tanggung jawab penulis. Berkat bimbingan serta dukungan dari banyak pihak, penulis ucapkan terima kasih. Semoga ini menjadi skripsi yang baik dan dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Palembang, 18 Januari 2023

Penulis,



Sofia Adha
NIM. 01011381722241

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moral ataupun material. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, nikmat, kelancaran dan kesehatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sriwijaya Palembang.
2. Terkhusus untuk mamaku tercinta, mama Masayoe Shari Fitriany, SKM., M.Si yang telah memberikan bantuan berupa dukungan baik materi maupun non-materi, motivasi, kasih sayang, serta doa tulus yang tak henti kepada penulis.
3. Kakak dan adikku tersayang Siti Rahma Khairani, S.E, Hafifah Shandra Safitri S.Pd yang telah memberikan dukungan dari bentuk apapun dan doa yang tidak hentinya untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., ME. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

7. Bapak Dr. Kemas M. Husni Thamrin, S.E., M.M selaku Koordinator Akademik Jurusan Manajemen Kampus Palembang.
8. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
10. Ibu Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang dengan ikhlas telah memberikan dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama saya menjalankan perkuliahan.
12. Mbak Aliyah selaku Admin Akademik Jurusan Manajemen, Para Staff Akademik dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang, yang telah membantu saya sejak awal sampai akhir perkuliahan.
13. Laboratorium Pemasaran dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengolahan data.
14. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu sedia menemani, membantu, dan mendukung penulis selama masa bahagia dan masa sulit perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Shela Wulandari, S.E dan Novi Sari Putri S.E.

15. Teman-teman terbaik dalam masa perkuliahan Indah Puji Lestari, S.E, Meti Apriani, S.E, Nyayu Nurhasanah, S.E, Dhea Andani, S.E, Shinta Feliantina, S.E, M. Rizky Alfaresh, S.E, Ommy Nugroho, S.E yang telah banyak membantu dalam urusan perkuliahan hingga akhir.
16. Sahabat terbaikku “Orang Penting!” Dian Hapsari dan Mei Risalah Oetami yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
17. Sahabatku tersayang “YXG KUY PLG” Ima, Aja, Selvi, Riska, Milli, Nadita yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
18. Partner spesial Arisha Sandy Rezalmi yang menemani, membantu dan menjadi tempat berbagi keluh kesah selama masa perkuliahan.
19. Teman masa perkuliahan, Annisa, Felianda, Debi, Robi, Rian, Jasmine, Gita, Innayah, Clarisa, Renaldi, Aviesha, Adit, Chania, Fania.
20. Teman – temanku seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jurusan Manajemen Angkatan 2017.
21. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
22. Teruntuk diriku sendiri yang telah bekerja keras melewati semua hal rintangan dengan kuat, sabar dan tidak mudah menyerah dalam penyelesaian skripsi ini.

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 23-1-23 4
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SMARTPHONE IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
KAMPUS PALEMBANG)**

**Oleh :
Sofia Adha**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iPhone (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang yang memiliki dan menggunakan iPhone. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, dan analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1), desain produk (X2) dan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pembimbing I



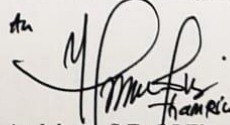
Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Pembimbing II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen**



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

ABSTRACT

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, DESIGN AND PRODUCT QUALITY
ON IPHONE SMARTPHONE CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY ON STUDENTS OF SRIWIJAYA UNIVERSITY
IN PALEMBANG CAMPUS)**

By:
Sofia Adha

This study aims to analyze the effect of brand image, design and product quality on iphone smartphone customer satisfaction (study on students of sriwijaya university in palembang campus). This study uses a quantitative approach with data collection methods through questionnaires. The population in this study is the student at Sriwijaya University Palembang Campus who owned and used iPhones. The sampling method used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. This study uses quantitative analysis techniques, hypothesis testing, coefficient of determination test, and multiple linear analysis. The results of this study indicate that the brand image variable (X1), product design (X2) and product quality (X3) have a significant effect on the customer satisfaction variable (Y) with a t-count value greater than t-table, and a significant value less than 0.05.

Keywords : Brand Image, Product Design, Product Quality, Customer Satisfaction

Advisor I

Advisor II

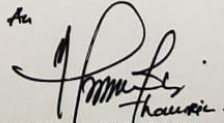


Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Acknowledge by,
Head of Management Department



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Skripsi telah menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Sofia Adha
NIM : 01011381722241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Iphone (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

Palembang, 18 Januari 2023

Pembimbing Skripsi,

Ketua

Anggota

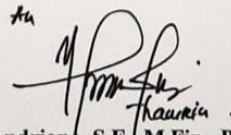


Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 19750901199903200

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : Sofia Adha

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 15 Maret 2000

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. Mayor Ruslan Lrg. Tunggal Dalam No. 2435
RT.35 RW.09 Kec. Ilir Timur 1 Kel. 20 Ilir D I

Alamat E-mail : sofiaadha@gmail.com



PENDIDIKAN FORMAL

Taman Kanak-kanak : TK Dharmajaya

Sekolah Dasar : SD Dharmajaya

Sekolah Menengah Pertama : MTs Negeri 1 Palembang

Sekolah Menengah Atas : SMK Negeri 6 Palembang

Pendidikan Tinggi S1 : Manajemen, Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
BAB II STUDI PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Citra Merek	10
2.1.2 Pengertian Desain Produk	11
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.4 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	25
3.2	Rancangan Penelitian.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5	Populasi dan Sampel.....	27
3.5.1	Populasi.....	27
3.5.2	Sampel.....	27
3.6	Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1	Skala Pengukuran Kuesioner.....	28
3.6.2	Uji Validitas.....	29
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	30
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.7.3	Uji t (Parsial).....	31
3.7.4	Uji F (Simultan).....	31
3.8	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	34
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	34
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	35
4.2	Profil Responden.....	37
4.3	Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian.....	58
4.3.1	Gambaran Variabel Citra Merek.....	45
4.3.2	Gambaran Variabel Desain Produk.....	47
4.3.3	Gambaran Variabel Kualitas Produk.....	49
4.3.4	Gambaran Variabel Kepuasan Konsumen.....	51
4.4	Hasil Analisis Data.....	52
4.4.1	Uji t (Parsial).....	52
4.4.2	Uji F (Simultan).....	54
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55

4.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.7	Pembahasan.....	58
4.7.1	Citra Merek.....	59
4.7.2	Desain Produk.....	60
4.7.3	Kualitas Produk.....	61
4.7.4	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi <i>smartphone</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Volume Penjualan iPhone 2017-2021.....	3
Gambar 1.3 Komparasi <i>brand smartphone</i> 2018-2022.....	4
Gambar 1.4 Desain iPhone dari masa ke masa.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index Smartphone 2022</i>	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	38
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Fakultas Responden.....	38
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tahun Angkatan Responden	39
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pengeluaran Responden Per Bulan.....	40
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Perilaku Responden 1	40
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Perilaku Responden 2	41
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Perilaku Responden 3	42
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Perilaku Responden 4	42
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Perilaku Responden 5	43
Tabel 4.13 Kategori Kelas Analisis Deskriptif	44
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1).....	45
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Desain Produk (X2).....	47
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3).....	49
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	51
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Parsial).....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan).....	54
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Tabel Frekuensi Profil dan Perilaku Responden	82
Lampiran 3. Uji Validitas	84
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	86
Lampiran 5. Uji Simultan (Uji F)	86
Lampiran 6. Uji Parsial (Uji t).....	87
Lampiran 7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Lampiran 8. Koefisiensi Determinasi (R^2)	87

BAB I

PENDAHULUAN

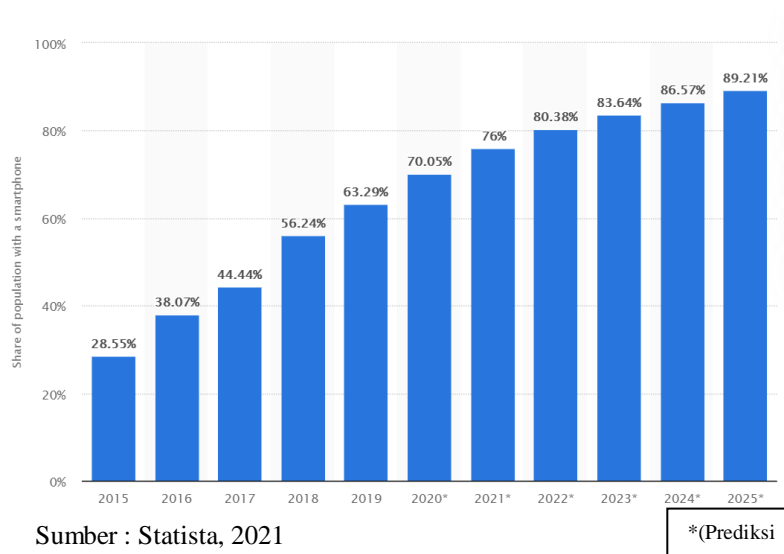
1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi berkembang pesat di seluruh dunia, terutama pada dunia komunikasi, membuat batas antar benua seolah tidak ada artinya. Mengembangkan inovasi dalam alat komunikasi membantu orang melakukan sesuatu secara efektif dan efisien. *Smartphone* merupakan sebuah inovasi di bidang telekomunikasi yang sangat membantu kegiatan manusia, dan tidak dapat disangkal bahwa *smartphone* telah menjadi barang yang penting bagi setiap orang di Indonesia. Tampaknya setiap orang yang membeli ponsel memilih *smartphone* selain komunikasi yang nyaman, ada ribuan aplikasi yang dapat diunduh. Pengguna tidak hanya bisa melakukan panggilan telepon, tetapi juga bermain game, mengobrol dengan teman, menggunakan sistem pesan, mengakses layanan web (seperti blog, beranda, jejaring sosial) dan mencari berbagai informasi (Choi et al., 2015).

Menurut Sarwar dan Soomro (2013) Era *smartphone* dibagi menjadi tiga fase utama. Fase pertama melayani kesejahteraan perusahaan pada era itu dimulai dengan pengenalan *smartphone* pertama oleh *International Business Machines* (IBM) pada tahun 1993, memperkenalkan banyak fitur seperti email, Internet, fax, web browsing, dan kamera. Selanjutnya, fase kedua dari era *smartphone* dimulai dengan pengenalan iPhone, diproduksi oleh Apple pada tahun 2007. Fase ketiga Era *smartphone* menjembatani kesenjangan antara konsumen umum yang

berpikiran bisnis berdasarkan dengan peningkatan kualitas tampilan, teknologi layar dan banyak fungsi lain yang membuat perangkat ini lebih pintar.

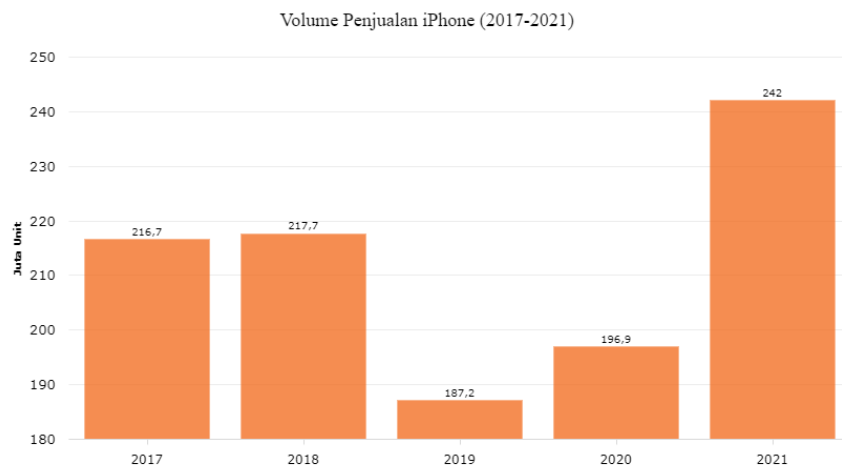
Saat ini hampir semua lapisan masyarakat menggunakan *smartphone* untuk menunjang aktivitasnya. Dari data pada Gambar 1.1 terlihat bahwa pengguna aktif *smartphone* di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya.



Gambar 1.1 Penetrasi *Smartphone* di Indonesia

Di Indonesia, dari total 271,3 juta orang, pengguna internet mencapai 175,4 juta. Menariknya, jumlah *smartphone* yang terhubung telah mencapai 338,2 juta unit, hampir dua kali lipat jumlah pengguna internet, yang berarti hampir rata-rata orang Indonesia memiliki lebih dari satu *smartphone* sedangkan jumlah pengguna sosial media mencapai 160 juta orang. Lebih dari separuh penduduk Indonesia atau 56,2% menggunakan *smartphone* pada tahun 2018. Satu tahun kemudian, hingga 63,3% orang menggunakan *smartphone*, pada tahun 2025 setidaknya 89,2% penduduk Indonesia telah menggunakan *smartphone*. Enam tahun sejak 2019, penyebaran *smartphone* di Tanah Air meningkat 25,9%.

Teknologi *smartphone* dari tahun ke tahun mengalami kemajuan dan fungsi seolah-olah bermetamorfosis dari sekedar alat komunikasi tanpa kabel menjadi alat penyedia informasi yang mudah dijangkau juga mudah digunakan oleh masyarakat. Namun dengan berkembangnya berbagai produk membuat kepuasan konsumen menjadi mudah berpindah. Menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Kepuasan pelanggan dalam memilih kebutuhannya dapat dilihat dari bagaimana perilaku pelanggan tersebut, oleh sebab itu, tidak mengherankan jika para pengusaha selalu memberikan yang terbaik agar konsumennya dapat merasa puas.



Sumber : businessofapss.com, 2022

Gambar 1.2 Volume Penjualan iPhone (2017-2021)

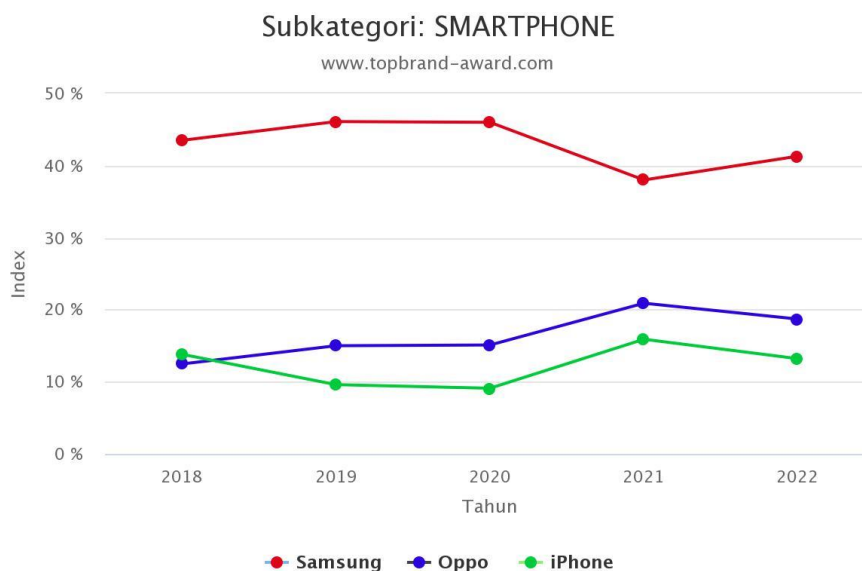
Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa penjualan iPhone dari tahun 2017 hingga 2021 tidak stabil. Pada tahun 2017-2018, volume penjualan iPhone meningkat sebesar satu juta unit. Sedangkan pada 2019, volume penjualan iPhone menurun sebesar 30,5 juta unit 187,2 juta unit. Pada tahun 2020 penjualan iPhone meningkat yaitu sebesar 196,9 juta unit dan tahun 2021 sebesar 242 juta unit.

Tabel 1.1 Top Brand Index Smartphone 2022

Brand	TBI 2022	
Samsung	33.0%	TOP
Oppo	20.6%	TOP
iPhone	12.0%	TOP
Xiaomi	11.2%	
Vivo	9.7%	

Sumber : topbrand-award.com, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan *Top Brand Index Smartphone 2022* di Indonesia. Top Brand Award melakukan pengukuran Top Brand menggunakan tiga parameter Top Brand, yaitu *Top of Mind*, *Last Usage* dan *Future Intentions*. iPhone menempati urutan ketiga dalam kategori smartphone dengan nilai sebesar 12.0%, dimana iPhone mendapatkan predikat TOP yang berarti memenuhi 3 kriteria yaitu *Mind Share*, *Market Share* dan *Commitement Share*.



Sumber : topbrand-award.com, 2022

Gambar 1.3 Komparasi Brand Smartphone 2018-2022

Berdasarkan Gambar 1.3 kurva iPhone sendiri dari tahun 2018-2022 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2018 posisi iPhone berada di atas *smartphone* OPPO dengan nilai sebesar 13.81% orang setuju bahwa iPhone merupakan *smartphone* yang Top. Namun iPhone mengalami penurunan pada tahun 2019 sehingga menempati posisi di bawah OPPO sampai tahun 2022 iPhone tetap berada diposisi ketiga.

Pertimbangan konsumen saat mengevaluasi citra merek dapat diukur dari kesan positif di bidangnya, reputasi tinggi, dan manfaat yang mudah dikenali. Citra merek menurut Kotler dan Keller (2017) adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, dimana peneliti melihat bahwa iPhone memiliki reputasi yang baik di kalangan masyarakat dengan namanya yang mudah untuk diingat hal ini tentu membuat nama iPhone sebagai bagian dari Apple semakin baik di tengah masyarakat. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Agung Kresnamurti, Suneni, Ika Febrilia (2019) menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Desain suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius, karena sasaran konsumen yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi pelanggan (Kotler dan Keller, 2017). Desain produk iPhone sendiri telah memiliki ciri khas yaitu logo Apple di bagian belakang *smartphone*, model, variasi warna dan *up to date* atau mengikuti trend yang

sedang diminati masyarakat hal ini memperindah penampilan produk dan akan menarik perhatian konsumen. Berikut ini beberapa model dan Desain Produk dari iPhone yang berhasil menarik perhatian konsumen, seperti:



Sumber : google.com, 2022

Gambar 1.4 Desain iPhone dari masa ke masa

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dilihat bahwa desain produk iPhone berkembang dan bervariasi, dimulai dari ukuran, warna, kamera, bahan yang digunakan sangatlah beragam. Namun, desain iPhone sendiri masih kalah saing dengan perusahaan pesaingnya yaitu Samsung, dimana Samsung telah mengeluarkan desain produk Samsung Z flip dan Z fold yang memiliki keunikan tersendiri. Penelitian Dita Astriani dan Muhajirin (2021) membuktikan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu keunggulan kompetitif perusahaan *smartphone* adalah kualitas produk yang memenuhi permintaan konsumen, jika tidak memenuhi spesifikasi produk akan ditolak. Jika produk masih dalam batas toleransi, produk harus dicatat untuk menghindari kesalahan besar di masa mendatang. Menurut Kotler

dan Amstrong (2018) arti dari kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya meliputi daya tahan umum, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk, serta karakteristik bernilai lainnya.

Berdasarkan hasil Cell Phone Brand Loyalty Survey 2021 yang dilakukan oleh sellcell, ada tiga alasan teratas mengapa pengguna iPhone memilih untuk beralih ke brand lain. Pertama, merek lain memiliki teknologi yang lebih baik (layar, kamera, baterai). Kedua, lebih suka desain dari merek lain. Ketiga, *smartphone* model terbaru dari brand lain memiliki lebih banyak fitur dibandingkan dengan model terbaru iPhone sedangkan Kualitas produk iPhone sendiri sangat baik, dapat dilihat dari kemasan produk mulai dari aksesoris dan dus sangat terasa kesan premiumnya, kombinasi chipset, RAM, hardware, iOS yang menjamin kinerjanya mulus. Salah satu kelebihan iPhone lainnya yaitu di kamera. Kualitasnya tajam dan low light-nya cukup baik. Stabilitas kamera saat merekam video juga stabil sehingga terlihat seperti direkam dengan kamera profesional. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah (2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Iphone” (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan di angkat oleh peneliti adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone?
2. Apakah desain produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone?
4. Apakah citra merek, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dapat diberikan oleh penulis yang sehubungan dengan permasalahannya yaitu :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan citra merek terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone secara parsial pada mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan desain produk terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone secara parsial pada mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iPhone secara parsial pada mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan citra merek, desain produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iPhone secara simultan pada mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memiliki manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi konsumen untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana citra merek, desain dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen *smartphone* iPhone.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan referensi penelitian mengenai pengaruh citra merek, desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *smartphone* iPhone.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda. Jakarta : Spektrum Mitra Utama.
- Anwar, Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Astriani, D., & Muhajirin. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda Scoopy Pada Astra Motor. *Jurnal Manajemen Profesional*, 2(2), 211–222.
- Batari, A., Bima, M. J., & Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO : Jurnal of Management and Business Management and Business*, 2(1), 1–10.
- Business of Apps. (2022). "Apple Statistics". Diakses pada tanggal 8 Januari 2023 dari <https://www.businessofapps.com/data/apple-statistics>.
- Choi, S.-W., et al. (2015). 'Comparison of risk and protective factors associated with smartphone addiction and Internet addiction'. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(4), pp. 308–314.
- Clow, Kenneth E. & Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Erida, Indrawijaya, S., & Abdilah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (the Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Jakoz Brand T-Shirt Product). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 23–33. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9236>
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Galang Tangguh W, G., Pangestuti, E., & Perwangsa Nuralam, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-RIDE. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 118–126.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing (17th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kresnamurti Rivai P, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86.
- Nizar, N., Silalahi, M., Sofiyani, & Sinaga, O. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT FAST FOOD INDONESIA, Tbk KFC BOX RAMAYANA PEMATANGSIANTAR. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 43–52. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.153>
- Pertiwi, W. (2020). Penjualan Smartphone Lesu, Ini 5 Besar Penguasa Pasar Kuartal II 2020. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2020/08/27/11520017/penjualan-smartphone-lesu-ini-5-besar-penguasa-pasar-kuartal-ii-2020?page=all>
- Putra, P. D., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone VIVO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–15.
- Ramayana Munthe, M., Fajrillah, & Serildahnaita Ginting, R. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan. *Jurnal Teknovasi*, 08(02), 100–118. www.rajaharga.com
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone OPPO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(03).
- Ridwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sarwar, M. and Soomro, T. R. (2013) ‘Impact of Smartphone’s on Society’, *European Journal of Scientific Research*, 98(2), pp. 216–226.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10).
- Sell Cell. (2021). "Cell Phone Brand Loyalty Survey 2021 iPhone vs Android". Diakses pada tanggal 8 Januari 2023 dari <https://www.sellcell.com/blog/cell->

phone-brand-loyalty-2021.

- Shihab, M. S., & Cahya, N. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip. *Jemi*, 1(01), 34–46.
- Statista. (2021). Smartphone penetration rate as share of the population in Indonesia from 2015 to 2019 with forecasts for 2020 to 2025.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tengor, G., Kawet, L., & Loindong, S. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 367–375.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Award. (2022). "Top Brand Index Smartphone 2022". Diakses pada tanggal 1 November 2022 dari https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2022.
- Wahyuningtyas, Y. F. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Franchise Minuman. *Jurnal Kajian Bisnis*, 24(2), 144–153.