

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu merek *smartphone* yang terkenal saat ini adalah Xiaomi, yang mana Xiaomi merupakan merek baru yang dapat menduduki penjualan *smartphone* posisi 5 besar di dunia. Alat komunikasi saat ini adalah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Di zaman modern seperti sekarang ini banyak jenis perangkat komunikasi, misalnya telepon rumah, gadget atau dapat melalui internet, *Smartphone* Xiaomi bukan barang mewah untuk umum di saat ini, karena hampir semua orang memiliki *smartphone*, Orang lebih tertarik dan menggunakan *smartphone* lebih dari perangkat komunikasi lainnya, karena mudah digunakan dan dapat digunakan kapan saja saat pengguna membutuhkannya." Salah satu *smartphone* paling cerdas adalah Xiaomi.

Merek *smartphone* Xiaomi adalah perusahaan swasta yang telah berdiri selama enam tahun sejak 2010. Perusahaan yang bergerak di bidang teknologi ini datang dengan produk *Smartphone* unggulannya yaitu Xiaomi, Ini adalah terobosan baru untuk *smartphone* Xiaomi hal ini karena Xiaomi mampu untuk melihat peluang dipasar dunia khususnya dipasar Asia yang memiliki pangsa pasar gadget yang cukup tinggi. Perkembangan ekonomi baru-baru ini telah mendorong persaingan di antara perusahaan di sektor yang sama

Berikut adalah data Top Brand Index 2020 Fase 1 pada tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1**

***Top Brand Index 2020 Fase 1  
Top Brand Award Smartphone***

<b>No</b>	<b>Merek</b>	<b>TBI</b>	<b>Kategori</b>
1	Samsung	43,50%	Baik
2	Iphone	13,81%	Baik
3	Xiaomi	13,05%	Baik
4	Oppo	12,47%	Kurang Baik
5	Lenovo	2,52%	Kurang Baik
6	Asus	2,47%	Kurang Baik

Sumber : Top Brand Index (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Samsung memiliki TBI sebesar 43,5%, sementara iPhone memiliki TBI sebesar 13,81% dan Xiaomi memiliki TBI sebesar 13,05% hal ini menunjukan ketiga merek *smartphone* tersebut dalam kategori baik, sementara Oppo memiliki TBI sebesar 12,47%, Lenovo memiliki TBI sebesar 2,52% dan Asus memiliki TBI sebesar 2,47% hal ini menunjukan ketiga merek *smartphone* tersebut tergolong kategori kurang baik. Berdasarkan data di atas, dapat di simpulkan bahwa *smartphone* yang tergolong baik yaitu memiliki persentase di atas 13% dan yang tergolong kurang baik memiliki persentase dibawah 13%.

Hasil survey awal yang penulis lakukan pada di salah satu Toko *Handphone* di Kota Padang yang bertempat di Plaza Andalas. Penulis melakukan wawancara kepada salah satu petugas yang berhubungan dengan penjualan *handphone merk xiaomi*. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan data dari penjualan selama satu bulan terakhir mengalami peningkatan yang dratis. Hal ini dikarenakan Xiomi banyak mengeluarkan tipe hp terbaru yang dapat menarik perhatian pelanggan.

**Tabel 1.2**

**Survey awal  
Loyalitas pelanggan handphone merek Xiaomi**

	<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>1.</b>	Saya akan terus menceritakan hal positif tentang handphone merek XIAOMI	3	2	5	10	10
<b>2.</b>	Saya akan merekomendasikan handphone merek XIAOMI kepada orang lain.	3	4	4	4	15
<b>3.</b>	Saya tidak akan tertarik dengan merek lain walaupun harganya lebih murah	8	8	5	5	4
Jumlah		14	14	14	19	29

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk Loyalitas pelanggan smartphone Xiaomi di kota Padang sebanyak 14 orang, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk Loyalitas Pelanggan smartphone Xiaomi di kota Padang sebanyak 14 orang, responden yang memilih netral (N) untuk Loyalitas Pelanggan smartphone Xiaomi di kota Padang sebanyak 14 orang, responden yang memilih setuju (S) untuk Loyalitas Pelanggan smartphone Xiaomi di kota Padang sebanyak 19 orang, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk Loyalitas Pelanggan di kota Padang sebanyak 29 orang.

Pada saat penulis melakukan wawancara terhadap pengguna Xiaomi tersebut. Alasan pengguna menggunakan Xiaomi dikarenakan harga jual dan fitur-fitur yang terdapat dalam handphone tersebut memiliki fitur terbaik seperti *quick ball*, *child mode*, *dual apps* dan lain sebagainya. Selain itu dengan konsistensi dari layanan dan kualitas Xiaomi dalam menjaga pelayanan mereka dengan dengan baik, dengan menghadirkan banyak *service center* resmi di banyak kota di seluruh dunia. Di Indonesia, layanan perbaikan ini bahkan terus berkembang jumlahnya dari waktu ke waktu loyalitas pelanggan Xiaomi yang artinya banyak pengguna

jasa yang merasa loyal menggunakan Xiaomi. Dan Oleh sebab perusahaan Xiaomi harus meningkatkan loyalitas pelanggan agar tingkat loyalitas bisa lebih tinggi lagi.

Dari survey terhadap 30 orang tersebut, merk Xiaomi merupakan *smartphone* yang sedang meningkat penjualannya. Hal ini dikarenakan penjual mampu memanfaatkan peluang pada era saat ini. Diantaranya, pertama penjual membagikan brosur yang berisi harga dan promo yang dapat menarik konsumen untuk membeli barang tersebut. Kedua, penjual mempromosikan *smartphone* melalui media sosial, dimana pada saat ini media sosial merupakan hal yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda. Ketiga, penjual sesekali memberikan diskon dalam moment tertentu terhadap *smartphone* tersebut. Sehingga dengan adanya beberapa promosi tersebut, citra merk Xiaomi dikalangan masyarakat meningkat.

Dari latar belakang diatas, Hal yang memotivasi penulis untuk melakukan penelitian adalah dengan adanya keingintahuan tentang bagaimana pengaruh variabel variabel tersebut yang diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Smartphone Xiomi Dikota Padang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ini dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi Perusahaan untuk lebih memahami sejauh mana peranan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Penjualan handphone Xiaomi.

2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi.