

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA VARIABEL CITRA MEREK DAN PRODUK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA PADANG

Lia Warista¹, Ice Kamela², Irda³

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail : Liawarista97@gmail.com, icekamela@bunghatta.com, irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri teknologi pada masa kini membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. terbukti dari penggunaan alat-alat komunikasi dengan teknologi canggih yang memudahkan orang berkomunikasi dengan jarak jauh. Merek juga dapat membantu perusahaan untuk memperluas lini produk serta mengembangkan posisi pasar yang spesifik bagi suatu produk. Demi memperkuat fenomena dalam penelitian ini di lengkapi dengan survey awal, dimana di data survey awal masih di katakana cukup loyal. Hal tersebut menggambarkan bahwa terjadinya kejanggalan dari data penjualan yang cenderung menurun namun pada survey awal yang mengukur loyalitas pelanggan jawaban responden sudah di kategorikan cukup puas dan loyal. Hal tersebutlah yang menjadi fenomena dalam penelitian yang saya lakukan.

Tujuan penelitian dari penelitian ini Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang, Untuk menganalisis pengaruh Produk terhadap kepuasan pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang , Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pada pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Padang, Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap loyalitas pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang, Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang , Untuk menganalisis pengaruh kepuasan sebagai pemediiasi antara citra merek

terhadap loyalitas pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang, Untuk menganalisis pengaruh kepuasan sebagai pemediiasi antara produk terhadap loyalitas pada pengguna *Smartphone* Samsung di kota Padang .

Loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih [1]. kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan [2]. Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen [3]. Produk adalah Produk sebagai apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan [4].

METODE PENELITIAN

Adapun yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung di Kota Padang. Dan Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan pengguna *smartphone* Samsung di Kota Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa deskriptif, *outer*

model, dan inner model dengan menggunakan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengemukakan 7 hipotesis, penelitian melakukan pengujian mengenai pengaruh kepuasan pelanggan sebagai pemediasi hubungan antara variabel citra merek dan produk serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *smartphone* samsung di kota padang. Dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output path coefficient dan indirect effects pada tabel di bawah ini :

Table 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original Sample	T Statistics	P Values	Ket
Citra Merek -> Kepuasan Pelanggan	0.309	2.904	0.004	H1 Diterima
Produk -> Kepuasan Pelanggan	0.457	3.103	0.002	H2 diterima
Citra Merek -> Loyalitas Pelanggan	0.071	1.271	0.204	H3 ditolak
Produk -> Loyalitas Pelanggan	0.632	11.219	0.000	H4 Diterima
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.327	7.287	0.000	H5 Diterima
Citra Merek-> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.101	2.626	0.009	H6 Diterima
Produk -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.149	3.067	0.002	H7 Diterima

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di temukan bahwa citra merek berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan , produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan mampu memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara citra merek dengan loyalitas dan kepuasan pelanggan mampu memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara produk dengan loyalitas sedangkan Citra merek berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Padang. Diharapkan pihak perusahaan *Smartphone* Samsung dapat terus menjaga citra merek nya, dikarenakan citra merek yang positif maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan SupermarketCarrefour di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*, 28(2).
- [2] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. In *Organization* (Vol. 22).
- [3] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- [4] Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- [5] Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

