

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SMARTPHONE XIAOMI KOTA PADANG

Adam Multahada<sup>1</sup>, Linda Wati<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : [adammultahada98@gmail.com](mailto:adammultahada98@gmail.com), [lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

## A. PENDAHULUAN

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

## B. METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna smartphone xiaomi di kota Padang. Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling yaitu 115 sampel dengan rumus *cochran*. sampel dipilih atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang pernah menggunakan smartphone xiaomi.

Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu antara Kualitas Produk (X1), dan Citra Merek (X2), terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Perhitungan analisis linier berganda (Ghozali, 2013).

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

## C. HASIL DAN Hasil Uji Statistik

No	Variable Penelitian	Sig	Alpha	Kesimpulan
1	Kualitas Produk	0.000	0.05	H <sub>1</sub> Diterima
2	Citra Merek	0.074	0.05	H <sub>2</sub> Ditolak

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan memiliki signifikan sebesar 0,000, Pada tahapan pengolahan data digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,000 < alpha 0,05 maka keputusannya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua citra merek terhadap loyalitas pelanggan memiliki signifikan sebesar 0,074, Pada tahapan pengolahan data digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,074 > alpha 0,05 maka keputusannya H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak sehingga dapat di simpulkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## C. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan smartphone xiaomi dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan smartphone xiaomi.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk mengambil variabel lain yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan smartphone Xiaomi seperti kualitas layanan, kepuasan, dan lain-lain.

Bagi peneliti lain yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai kualitas produk, citra merek, serta hubungannya dengan loyalitas pelanggan, hendaknya meneliti lebih lanjut tentang keterkaitan antara masing-masing variabel dengan lebih baik lagi.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk mengambil sampel dalam skala yang lebih besar sehingga benar-benar dapat mewakili

konsumen secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Awan, A.G., and Rehman, A. (2014). Impact of Customer Satisfaction on Brand Loyalty – An Empirical Analysis of Home Appliances in Pakistan. *British Journal of Marketing Studies* Vo. 2 No. 88 pp. 18-32 Desember 2014
- [2] Chaudhuri, A., and Holbrook, M.B. 2001 The chain of Effects Form Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance : The Role of Brand Loyalty”, *Journal of Marketing*, Vol.65, 81-93.
- [3] Chaeriah, E. S. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung( Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen UNKRIS ). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3).
- [4] Dewi Kurniawati, S. A. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 14 No. 2 September 2014, 9.
- [5] Eugenia Andrea Dennisa, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, 13
- [6] Feiby Tombokan, L. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal*

