

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SMARTPHONE MEREK
REALME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



Skripsi

Nama : Fiorentina

Nim : 212018001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SMARTPHONE MEREK
REALME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Skripsi

Nama : Fiorentina

Nim : 212018001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fiorentina

NIM : 212018001

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Merek Realme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2022



Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

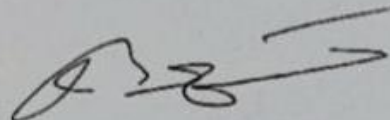
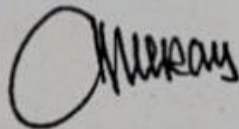
Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Pelanggan Smartphone Merek Realme Di Kalangan
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Fiorentina
Nim : 212018001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

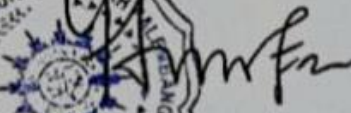


Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN: 0216057001

Mardiana Pusosari, S.E., M.Si
NIDN: 0226107001

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zalcha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

Motto dan Persembahan

Kuasailah semua buku, tapi jangan biarkan buku menguasai anda. Membacalah untuk hidup, bukan hidup untuk membaca.

(Owen Meredith)

Atau

Bersemangatlah melakukan hal yang bermanfaat untukmu dan meminta tolonglah pada Allah, serta janganlah engkau malas

(H.R Muslim. 2664)

Dengan cinta dan kasih sayang yang telah ter curahkan, ku persembahkan

Skripsi ini kepada :

- Ayahku Jonny dan Ibuku Nora Widia Hastuti tercinta
- Saudara - saudara ku Monica Afriani, Ronnia dan Fa'arsi Midrara yang ku sayangi
- Seluruh keluarga besarku
- Sahabat dan rekan seperjuangan ku
- Almamater

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Merek Realme Dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang tepat pada waktunya. Sholawat serta salam tak lupa selalu tucurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kesua orang tuaku, ayahanda Jonny dan Ibunda Nora Widia Hastuti yang selalu berusaha dengan maksimal dalam mendukung, memotivasi, dan tak lupa mendoakan sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini dengan baik.

Selesainya penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, motivasi dan juga dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang dan bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Pd, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Arniza Nilawati, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahnya selama masa perkuliahan.
5. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si dan ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik dan memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah membantu dalam hal menjawab kuesioner pada penelitian ini.
7. Ayahanda Jonny dan Ibunda Nora Widia Hastuti orang tuaku yang selaku memberikan semangat dan do'a setiap waktu agar skripsi ini selesai tepat pada waktunya.
8. Saudara-saudara ku Monica Afriani, Ronnia dan Fa'arsi Midrara yang telah memberikan motivasi untuk selalu selangkah lebih maju, serta seluruh anggota keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung akan kesuksesanku.
9. Seluruh sahabat, teman dan saudara tercinta yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan setiap hariku Eci Arsika, Bagus Bhara, Arni, Clara Hela Oktaviana, Eren Febiola, Nur Lestari, Ayu Syakinah, Yuni

Patriastuti, Haniya Afiya Fadilah, Siti Khodijah, Ridwan dan sahabat seperjuangan lainnya.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, meskipun demikian semoga skripsi ini masih dapat menjadi karya yang bermutu dan bermanfaat bagi banyak orang, Aamiin Ya Robbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Maret 2022

Fiorentina

DAFTAR ISI

Sampul Depan	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Halaman Perkata	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,	

DAN HIPOTESIS	15
A. Landasan Teori	15
B. Penelitian Sebelumnya	27
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	34
 BAB III. METODE PENELITIAN	 35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Operasionalisasi Variabel	37
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Data yang Diperlukan.....	40
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	43
 BAB IV. HASIL, PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 52
A. Hasil Penelitian.....	52
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	 84
A. Simpulan.....	84
B. Saran	84
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Smartphone Apa Yang Digunakan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang	7
Tabel I.2 Hasil Suevey Awal Terhadap Pengguna Smartphone Merek Realme di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang	8
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya.....	30
Tabel III.1 Variabel, Definisi, Indikator dan Skala.....	37
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	54
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Smartphone Merek Realme	55
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Smartphone Merek Realme	56
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Citra Merek (X1).....	59
Tabel IV. 7 Distribusi Jawaban Harga (X2).....	61
Tabel IV.8 Diatribusi Jawaban Kualitas Produk (X3)	63
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas	66
Tabel IV.10 Hasil Uji Reabilitas	67
Tabel IV.11 Hasil Analisis Data	68
Tabel IV.12 Annova.....	69
Tabel IV.13 Coefficients.....	70
Tabel IV.14 Model Summary	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	33
-------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabelitas

Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 6 : Tabel R

Lampiran 7 : Tabel F

Lampiran 8 : Tabel t

Lampiran 9 : Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 10 : Surat Selesai Riset

Lampiran 11 : Sertifikat AIK

Lampiran 12 : Sertifikat SPSS

Lampiran 13 : Biodata Penulis

Lampiran 14 : Plagiatrism Cheker

ABSTRAK

Fiorentina/212018001/Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Merek Realme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan smartphone merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan smartphone merek realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penelitian ini populasi infinite dan sampel sebanyak 68 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Kemudianteknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan smartphone merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Sedangkan dalam uji variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone merek Realme di kalangan Universitas Muhammadiyah Palembang, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk

Abstract

Fiorentina/212018001/Effect of Brand Image, Price and Product Quality on Realme Brand Smartphone Customer Satisfaction Among Students of Muhammadiyah University of Palembang.

The formulation of the problem in this study is that brand image, price and product quality affect the customer satisfaction of Realme brand smartphones among students of Muhammadiyah Palembang University. This research aims to find out whether brand image, price and product quality affect realme brand smartphone customer satisfaction among students of Muhammadiyah Palembang University. In this study the infinite population and a sample of 68 people. The data used in this study was primary data with data collection techniques through questionnaires. Then the data analysis technique uses multiple linear regression analysis.

The results of this study showed that the brand image, price and quality of the product simultaneously had an influence on the customer satisfaction of Realme brand smartphones among students of muhammadiyah university of Palembang. While in a partial test the variable brand image had a positive and significant effect on the customer satisfaction of realme brand smartphones. Among the University of Muhammadiyah Palembang, price variables have a positive and significant effect on the customer satisfaction of Realme brand smartphones among students of the University of Muhammadiyah Palembang, and product quality variables have a positive and significant effect on realme brand smartphone customer satisfaction among students of the University of Muhammadiyah Palembang.

Keywords: Brand Image, Price and Product Quality

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis yang semakin pesat membuat tingkat persaingan semakin ketat, khususnya pada perusahaan elektronik. Saat ini ada banyak produk bermuculan, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Perkembangan zaman teknologi dan informasi yang semakin canggih seperti saat ini, sangat berdampak terhadap meningkatnya permintaan akan berbagai jenis-jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin tinggi persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar di dalam dunia bisnis elektronik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk elektronik seperti *smartphone* yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk yang sebelumnya. Dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan dan juga memberikan fitur bagi konsumen dalam melakukan komunikasi.

Perusahaan akan bersaing menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam-
ragam. Tingginya tingkat persaingan baik produk yang sama ataupun produk yang berbeda, kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk dapat mengikuti kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks, karena itu perusahaan harus memahami dan mengerti perilaku konsumen dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk

agar perusahaan dapat bertahan di pasar dan memenangkan persaingan usaha, perusahaan dapat terus mengembangkan produknya dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitasnya serta merek yang unik dan bermutu yang mudah diingat oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Umar dalam buku Meithiana Indrasari (2019:82), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan di harapkanya. Kepuasan Pelanggan merupakan persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian barang atau jasa.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut : Kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan (*service Quality*), Faktor Emosional (*Emotional factor*), Kemudahan, produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja atau aktual produk. harapan ini bertumpu pada citra produk, citra produk merupakan komponen dalam citra merek.

Menurut Rangkuti dalam buku Rosnaini Daga (2017:21) citra merek adalah kumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen. Asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang akan dijanjikan kepada konsumen. Citra Merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi perusahaan.

Menurut Meithiana Indrasari (2019:36) harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan

oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu produk yang sedang diperjual belikan dipasar saja tetapi juga berlaku untuk produk lain. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu antara barang dan jasa.

Menurut Rosnaini Daga (2017:37) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Jika suatu perusahaan ingin berkembang dan ingin meraih keuntungan maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen, konsumen tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan. Produk yang mempunyai kualitas baik, seperti cepat, ketahanan, handal, mempunyai karakteristik yang berbeda dan memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa tertarik maka timbul keinginan tinggi konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Penelitian dari Fitriani Andriani, Ninik Lukiana, Kasno T Kasim (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga dan citra merek tidak berpengaruh atau negatif terhadap kepuasan pelanggan tetapi memiliki hubungan yang positif. Sedangkan Penelitian dari Wirdianto Abdul Jabar, Imam Wibowo, Nino Nopriadi (2021) bahwa secara parsial kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama dan kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Dan penelitian dari Suci Widyawati, Naili Farida dan Andi Wijayanto (2013) bahwa kualitas produk, harga dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Maretia Mega T dan Soni Harsono (2013) menunjukkan bahwa secara signifikan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan namun kualitas secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, secara simultan harga, nilai dan kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian dari Risa Bela dan Popo Suryana (2015) bahwa korelasi kualitas produk dan citra merek, kualitas produk dan citra merek terdapat hubungan secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Persaingan perusahaan smartphone sekarang ini terdapat beberapa merek perusahaan smartphone yang menonjol dalam persaingannya memperebutkan konsumen di Indonesia antara lain : Oppo, Vivo, Xiaomi, Samsung, Advan dan lain lainnya, salah satu perusahaan *Smartphone* adalah Realme.

Realme merupakan produsen *smartphone*, Realme pertama kali muncul di Tiongkok pada tahun 2010 sebagai Oppo Real, Realme awalnya merupakan Sub merek dari Oppo Electronics Corporation, salah satu anak

perusahaan BBK Electronics dan mulai menjadi perusahaan indenpeden pada tahun 2018. Pada 30 Juli 2018. Mantan wakil presiden Oppo dan Presiden Oppo divisi bisnis luar negeri Bingzhong Li (Sky Li) mengumumkan pengunduran dirinya dari Oppo dan niatnya untuk mendirikan realme sebagai merek yang indenpeden pada laman Weibo. Ia focus menciptakan ponsel yang menggabungkan antara performa yang cepat dan desain yang modis, Realme menargetkan pangsa pasar global dan terus berekspansi ke negara-negara di Asia Tenggara yang memiliki potensi pangsa pasar yang besar dimulai dari Indoneisa untuk debut kawasan asia tenggara. Di Indonesia Realme muncul untuk pertama kali di Jakarta 9 Oktober 2018 dengan membawa tiga varian produk, yaitu Realme C1, Realme 2 dan Realme 2 Pro.

Perusahaan *smartphone* Realme memiliki citra merek yang kuat dan positif, karena Realme sudah dikenal dan diterima oleh masyarakat. Dengan nama yang sudah dikenal masyarakat , dapat dipastikan akan membuat orang percaya pada merek Realme. Ketika Realme mengeluarkan produk salah satu *smartphone* orang tidak akan ragu lagi untuk membeli untuk membeli *smartphone* Realme karena Realme memiliki banding kuat sebagai produsen elektronik. *Smartphone* Realme membuktikan bahwa dengan citra merek yang terpercaya dapat meningkatkan penjualan merek akan membandingkan dengan merek *smartphone* lainnya yang konsumen melihat dari segi harga yang lebih

murah dan *smartphone* Realme termasuk *smartphone* yang murah harganya dengan kualitas baik.

Harga *smartphone* Realme bervariasi dari harga menengah kebawah hingga menengah keatas sesuai dengan signifikansi yang dimiliki *Smartphone* Realme tersebut. Harga merupakan bagian elemen dari bauran pemasaran, harga juga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar terhadap suatu produk tertentu. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu antara barang dan jasa, oleh karena itu di dalam dunia bisnis elektronik berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para konsumen dan membuat keputusan membeli serta menggunakan produknya terus menerus. Pada saat ini daya tarik *smartphone* adalah kualitas produknya. Kualitas produknya menjadi sorotan utama bagi perusahaan untuk memberikan suatu kepuasan bagi konsumennya. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya, yang mempengaruhi pembelian konsumen maka perusahaan merancang produknya dengan hati-hati agar mendapatkan kualitas yang baik, konsumen akan melihat apa saja kelebihan dari *smartphone* Realme seperti jaringan internet, tampilan layar depan dan belakang, baterai, penyimpanan RAM, penyimpanan memori, software, kamera dan support aplikasinya. Terdapat banyak juga pilihan type produk *smatphone* Realme sehingga konsumen bisa membeli jenis

type *smartphone* Realme sesuka hati, karena banyak pilihan warna, bentuk dan modelnya.

Smartphone bagi mahasiswa sangatlah penting kegunaanya apa lagi sekarang ini kuliah secara daring dan di samping sebagai alat komunikasi *smartphone* bagi mahasiswa digunakan sebagai alat penunjang dalam perkuliahan. *Smartphone* dapat digunakan sebagai salah satu bahan dalam mengerjakan tugas-tugas mata kuliah. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang yang rata-rata mahasiswa menggunakan *smartphone*. Berikut ini wawancara pra survey yang penulis lakukan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang untuk mencari tahu *smartphone* merek apa yang mereka gunakan.

Tabel I.1
***Smartphone* Merek Apa yang Digunakan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang 2021**

No	Nama Produk	Jumlah Responden	Persentase
1	Iphone	7	23%
2	Oppo	6	20%
3	Vivo	4	13,3%
4	Xiaomi	6	20%
5	Samsung	4	13,3%
6	Realme	3	10%

Sumber : Riset Pendahuluan,2021

Berdasarkan tabel I.1 maka dapat dilihat bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang sebanyak 30 responden, dimana 7 responden memilih *smartphone* merek Iphone, kemudian 6 responden memilih *smartphone* merek Oppo, kemudian 4 responden memilih

smartphone merek Vivo, kemudian 6 responden memilih *smartphone* merek Xiaomi, Kemudian 4 responden memilih *smartphone* merek Samsung dan 3 reponden memilih *smartphone* merek Realme.

Penulis menyimpulkan bahwa responden paling sedikit dengan tiga responden yang memilihnya. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa *smartphone* merek Realme adalah produk yang bermasalah dan layak untuk di jadikan sebagai objek penelitian.

Berikut ini penulis melakukan survey awal terhadap 30 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk.

Tabel I.2
Hasil Survey Awal Terhadap Pengguna *Smartphone* Realme di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Saya puas terhadap <i>smartphone</i> merek Realme karena memenuhi seluruh harapan saya	13	17
2.	Saya puas terhadap <i>smartphone</i> merek Realme dan seharusnya konsisten untuk membeli kembali	14	16
3.	<i>Smartphone</i> merek Realme memiliki citra perusahaan yang baik.	11	19
4.	Saya lebih percaya diri menggunakan <i>Smartphone</i> merek Realme	13	17
5.	Saya membeli <i>smartphone</i> merek Realme karena harganya terjangkau.	12	18
6.	Saya membeli <i>smartphone</i> merek Realme karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.	13	17
7.	Saya membeli <i>smartphone</i> merek Realme karena memiliki Kinerja atau sistem operasinya berkualitas tinggi.	13	17
8.	Saya memilih <i>smartphone</i> merek Realme karena memiliki ketahanan yang baik	11	19
9.	Saya memilih <i>Smartphone</i> merek Realme karena memiki fitur-fitur yang lengkap.	13	17
Jumlah		30	

Sumber : Hasil Survey Pendahuluan, 2021

Berdasarkan hasil survey pada tabel I.2 dapat dijelaskan Bahwa dari sembilan dari pernyataan yang mewakili indikator dari variabel yang dibahas yaitu dari kepuasan pelanggan, citra merek, harga dan kualitas produk terlihat bahwa rata-rata menjawab tidak setuju lebih banyak :

Untuk pernyataan pertama saya puas terhadap *Smartphone* merek Realme karena memenuhi seluruh harapan mahasiswa. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa *smartphone* merek Realme belum memenuhi seluruh harapan saya, karena Realme tidak dilengkapi dengan layar yang memiliki refresh rate tinggi (pembaruan gambar pada layar) tercatat Realme hanya memiliki refresh rate (pembaruan gambar pada layar) 90 Hz dan akan mengganggu ketika bermain game yang mempunyai grafis detail dan tinggi.

Untuk pernyataan kedua saya puas terhadap smartphone merek Realme seharusnya konsisten untuk membeli kembali produk *smartphone* merek Realme. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, hal ini bisa diartikan bahwa mahasiswa belum konsisten membeli kembali produk *smartphone* merek Realme terutama bagi mahasiswa yang pecinta gaming Realme masih belum menghadirkan ponsel khusus gaming.

Untuk pernyataan ketiga *Smartphone* merek Realme memiliki citra perusahaan yang baik. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa *smartphone* merek Realme belum memiliki citra perusahaan yang baik karena Realme merupakan perusahaan baru yang baru saja didirikan tahun 2018.

Untuk pernyataan keempat saya lebih percaya diri menggunakan *smartphone* merek Realme. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa mahasiswa belum percaya diri menggunakan *smartphone* merek Realme, karena *smartphone* Realme merupakan produk baru yang membuat mahasiswa tidak percaya diri menggunakan *smartphone* merek Realme.

Untuk pernyataan kelima saya membeli *smartphone* merek Realme karena harganya terjangkau. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa harga *smartphone* Realme belum terjangkau, sehingga masih banyak mahasiswa menggunakan *smartphone* lain dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan masing-masing mahasiswa.

Untuk pernyataan keenam saya membeli *smartphone* merek Realme karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa harga *smartphone* Realme belum sesuai dengan kualitas, mahasiswa dalam membeli *smartphone* tentu akan mempertimbangkan harga. Ada mahasiswa yang memilih harga murah, namun ada juga yang memilih harga mahal karena dengan harga yang mahal akan menunjukkan kualitas yang baik.

Untuk pernyataan ketujuh saya membeli *smartphone* merek Realme karena memiliki kinerja atau sistem operasinya berkualitas tinggi. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, ini bisa diartikan bahwa kinerja *smartphone* merek Realme belum berkualitas tinggi, bagi

mahasiswa penggemar merekam video ketiadaan penyeimbangan atau OIS dan peredam getaran akan mengganggu karena tidak ada OIS hasil video akan terlihat berantakan.

Untuk pernyataan kedelapan saya memilih *smartphone* merek Realme karena memiliki ketahanan yang baik. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, hal ini bisa diartikan bahwa *smartphone* merek Realme belum memiliki ketahanan yang baik, *smartphone* merek Realme tidak tahan banting karena *smartphone* ini memiliki casing yang terbuat dari polycarbonate (plastik) yang cukup rentan pecah apabila terkena benturan yang cukup keras. Dan jika digunakan dialam bebas *smartphone* tidak akan bertahan lama. Terutama di tempat banyak cipratan air, pasalnya *smartphone ini* di desain untuk indoor (didalam ruangan) bukan outdoor (diluar ruangan).

Untuk pernyataan kesembilan saya memilih *Smartphone* merek Realme karena memiliki fitur-fitur yang lengkap. Pada indikator ini, jawaban mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju, hal ini bisa diartikan bahwa *smartphone* merek Realme belum memiliki fitu-fitur yang lengkap terutama bagian kamera yang tidak memberikan impresi (kesan) yang baik.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Merek Realme di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang ?
2. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang ?
4. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* merek Realme di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam penerapan teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang relative sama.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan sebagai bahan evaluasi khususnya terkait kinerja perusahaan dalam pemasaran dan tujuan perusahaan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consuling Institute (Global-RCI).
- Diah Isnaini Asiati Dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Fitriani Andriani, N. L., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Handphone Samsung (Studi Kasus Kota Lumajang). *In Proceedings Progress Conference* , 230-236.
- Fitriya Fauzi, A. B. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akutansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maretia, Mega & Soni Harsono. (2013). Pengaruh Harga, Nilai Manfaat dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Backberry Di Surabaya. *Jurnal of Business and Banking* .
- Muhammad, Iqbal. Hasan. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Meithiana, Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Jawa Tengah: Unitomo Press.
- Naili Farida, Dkk. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Blackberry (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang) . *Jurnal* .
- Kholilah, E. S. (2019). *Statistik 1*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Palembang, U. M. (2020). *Pedoman penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Risa, Bela & Popo Suryana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan (Suatu Survey Pada pengguna *Smartphone* Blackberry pada Fakultas Ekonomi di 5 Universitas Swasta Jakarta. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Safitri, Ervita & Zuhriyah. (2019). *Statistik 2*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.

Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Wirdianto, Abdul, Jabar, Dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Merek Xiaomi Di Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana. *Jurnal*.