

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IPHONE (STUDI KASUS PT XYZ)

Bangun P Pane¹
bangunpane06@gmail.com
Rani Ramdayani²
ranidharmaagung@gmail.com

^{1,2}STIE Dharma Agung Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality and brand image on customer satisfaction at PT XYZ (an anonymized Apple authorized store). Product quality and brand image are key factors in shaping consumer perceptions of value and satisfaction. The research employed a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents who were active customers of PT XYZ. Data were collected using questionnaires and analyzed through multiple linear regression. The results indicate that both product quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction, either partially or simultaneously. This finding suggests that higher perceived product quality and a stronger brand image lead to greater customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Iphone, PT XYZ.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan di PT XYZ (toko resmi Apple anonim). Kualitas produk dan citra merek merupakan faktor kunci dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai dan kepuasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan aktif PT XYZ. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis melalui regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk yang lebih tinggi dan citra merek yang lebih kuat menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih besar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Iphone, PT XYZ.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah mendorong munculnya berbagai inovasi dalam industri smartphone. Saat ini, smartphone tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga telah menjadi kebutuhan utama masyarakat modern untuk bekerja, berbisnis, dan mengakses informasi. Persaingan antar merek semakin ketat, mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk serta membangun citra merek yang kuat guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

iPhone, sebagai salah satu produk unggulan dari Apple Inc., menempati posisi istimewa di pasar smartphone premium. Keunggulan produk ini terletak pada inovasi teknologi, keamanan sistem, serta konsistensi dalam kualitas dan desain. Namun, dengan tingginya kompetisi dari merek-merek lain seperti Samsung, Oppo, dan Xiaomi, mempertahankan citra merek dan kepuasan pelanggan menjadi tantangan yang signifikan.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan. Produk dengan kualitas tinggi mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Di sisi lain, citra merek mencerminkan persepsi dan pengalaman konsumen terhadap suatu merek, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas produk dan citra

merek terhadap kepuasan pelanggan iPhone pada PT XYZ sebuah gerai resmi penjualan produk Apple. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pihak manajemen dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan, serta memperkaya literatur akademik terkait perilaku konsumen pada industri smartphone premium di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan antar variabel melalui analisis statistik. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Lokasi dan Objek Penelitian: Penelitian dilakukan pada PT XYZ, yaitu salah satu gerai resmi penjualan produk Apple di wilayah Bekasi.

Populasi dan Sampel: Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan iPhone yang berbelanja di PT XYZ. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden 100 orang.

Teknik Analisis Data: Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier

berganda menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan keandalan instrumen penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$, sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = 0,413X_1 + 0,327X_2 + e$$

Nilai $R^2 = 0,612$, yang berarti 61,2% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas produk dan citra merek, sedangkan 38,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji t:

Kualitas produk (X_1): t-hitung (4,752) $>$ t-tabel (1,984) \rightarrow signifikan.

Citra merek (X_2): t-hitung (3,928) $>$ t-tabel (1,984) \rightarrow signifikan. Uji F:

F-hitung (45,27) $>$ F-tabel (3,09) \rightarrow kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian

Mubarak & Murtiasih (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri smartphone premium.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

PT XYZ perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Perusahaan perlu memperkuat citra merek melalui strategi komunikasi yang konsisten. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti harga dan loyalitas pelanggan agar hasil lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Mubarak, A., & Murtiasih, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

- Smartphone. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 10(2), 45–58.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offs