

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN CITRA MEREK PADA LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(STUDI PADA PRODUK *GRAPHIC PROCESSING UNIT* AMD RADEON)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**ANANDA PUTRA PURNAMA
NIM. 12010112140302**

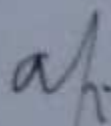
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ananda Putra Purnama
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140302
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN CITRA MEREK PADA LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Produk *Graphic
Processing Unit AMD Radeon*)**
Dosen Pembimbing : Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.

Semarang, 18 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



(Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.)

NIP. 197309252003122001

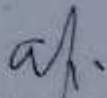
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ananda Putra Purnama
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140302
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK PADA
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi pada Produk
Graphic Processing Unit AMD Radeon)**

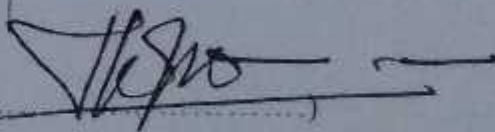
Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 30 Juli 2019

Tim Penguji

1. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.

(
.....)

2. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M.

(
.....)

3. Drs. Budi Sudaryanto, M.T.

(
.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Ananda Putra Purnama, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Produk *Graphic Processing Unit AMD Radeon*)** merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 18 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



(Ananda Putra Purnama)

NIM. 12010112140302

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“The ones who crazy enough to think that they can change the world are the ones who do” ~ (Steve Jobs)

“The only way to do great work is to love what you do” ~ (Steve Jobs)

“Stay hungry, stay foolish” ~ (Steve Jobs)

“Don’t compare yourself with anyone in this world...if you do so, you are insulting yourself” ~ (Bill Gates)

“Life is not fair, get used to it” ~ (Bill Gates)

“Believe in love, Believe in magic. Hell, believe in Santa Clause. Believe in others. Believe in yourself. Believe in your dreams. If you don’t who will?” ~ (Jon Bon Jovi)

“I Just hate losing and that gives you an extra determination to work harder” ~ (Wayne Rooney)

“I’m not arrogant, I’m just confidence” ~ (Zlatan Ibrahimovic)

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, kakak tercinta, dan sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat

ABSTRACT

The number of customer complaints on product quality is the background of this research. The phenomenon of increasing complaints shows customers who are dissatisfied and cause customer loyalty to be affected. This study aims to determine the effect of product quality and brand image affect consumer satisfaction and can have an impact on customer loyalty AMD Radeon Graphic Processing Unit products.

Sampling of this study was carried out by non-probability sampling techniques, which had purchased and used the AMD Radeon Graphic Processing Unit. Data collection by providing questionnaires to 150 customers of AMD Radeon's Graphic Processing Unit.

The results of this study indicate, product quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality and brand image also have a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: product quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty

ABSTRAK

Jumlah komplain pelanggan terhadap kualitas produk menjadi latar belakang penelitian ini. Fenomena peningkatan komplain menunjukkan pelanggan yang tidak puas dan menyebabkan loyalitas pelanggan terdampak. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan akhirnya dapat memberikan dampak pada loyalitas pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit AMD Radeon*

Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yang pernah membeli dan menggunakan *Graphic Processing Unit AMD Radeon*. Pengumpulan data dengan memberikan kuesioner pada 150 pelanggan *Graphic Processing Unit AMD Radeon*.

Hasil penelitian ini menunjukkan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas terselesaikannya skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon). Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam proses penyusunan hingga skripsi ini dapat diselesaikan, penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayah penulis, Alm. Wiendradi Sarwono, S.E. yang selalu menjadi semangat dan panutan penulis dalam mengarungi kehidupan hingga terselesaikannya penelitian ini.
2. Ibu penulis, Antyaesti yang selalu memberikan dukungan secara moral dan material serta telah menjadi ibu yang luar biasa sehingga penulis sekarang bisa berdiri sampai di sini.
3. Kakak penulis, Ananda Putra Prathama, S.T., M.T. yang selalu memberikan semangat serta masukan-masukan yang membangun penulis hingga dukungan material selama penulis menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

4. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, ilmu, waktu, dan tenaga yang berharga yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat penulis yang setia menemani studi penulis di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Andre, Dennisa, Reno, Berto, dan Yosafat. See you on top guys!!
6. Rekan-rekan kerja SAL9 Production (Devi, Kelvin, Rosano, Roy, Adit, Jullyandre) yang telah mendukung penulis agar segera menyelesaikan studi serta canda tawa dan tangis yang dilewati bersama selama membangun SAL9. Semangat dan Maju Terus buat kita guys!!
7. Anery Chikita Dewi yang tidak pernah lelah mengingatkan dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
9. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
10. Segenap dosen jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah membekali ilmu pengetahuan, memberikan teladan yang akan selalu bermanfaat bagi penulis.
11. Hiup PC dan Putra PC yang selalu menemani penulis dalam penulisan skripsi ini dari awal hingga selesai.

12. Seluruh rekan seperjuangan Manajemen 2012 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu. Penulis menyampaikan terima kasih atas waktu dan kebersamaannya.
13. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
14. Seluruh pihak yang telah mendukung dan telah berjasa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata “Tiada Gading yang Tak Retak”. Penulis sadar skripsi ini pasti memiliki banyak kekurangan. Penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Terakhir, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 18 Juli 2019

Penulis

Ananda Putra Purnama

NIM. 12010112140302

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	17
2.1.4 Citra Merek	20
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan.....	24
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas.....	24
2.2.3 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan	24
2.2.4 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas	26
2.2.5 Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas	27
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian	38
3.1.1 Variabel Dependen.....	38
3.1.2 Variabel Independen	38
3.1.3 Variabel Intervening.....	39
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41

3.3.2 Sampel.....	41
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Studi Kepustakaan.....	45
3.5.2 Kuesioner.....	45
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.6.1 Analisis Kuantitatif.....	47
3.6.2 Uji Hipotesis.....	48
3.7 Uji Reliability dan Variance Extract.....	60
3.7.1 Uji Reliability.....	60
3.7.2 Variance Extract.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Profil Perusahaan.....	62
4.2 Gambaran Umum Responden.....	63
4.2.1 Profil Responden.....	63
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	70
4.3.1 Angka Indeks.....	70
4.4 Proses dan Analisis Data.....	80
4.4.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	80
4.4.2 Menyusun Diagram Alur.....	81
4.4.3 Mengubah Diagram Alur ke Persamaan Pengukuran..	81
4.4.4 Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang diusulkan.....	81
4.4.5 Menilai Problem Identifikasi.....	98
4.4.6 Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	98
4.4.7 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	105
4.5 Pengujian Hipotesis.....	106
4.5.1 H1: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.....	106
4.5.2 H2: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.....	107
4.5.3 H3: Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.....	107
4.5.4 H4: Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.....	108
4.5.5 H5: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.....	109
4.6 Interpretasi Hasil.....	109
4.6.1 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan.....	109
4.6.2 Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas.....	110
4.6.3 Pengaruh citra merek terhadap kepuasan.....	110
4.6.4 Pengaruh citra merek terhadap loyalitas.....	111
4.6.5 Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.....	111
BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Implikasi Manajerial.....	115

5.3 Saran Penelitian Mendatang.....	118
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	122

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4.1 Profil Jenis Kelamin	65
Gambar 4.2 Profil Usia	66
Gambar 4.3 Profil Pekerjaan	67
Gambar 4.4 Profil Pendidikan	68
Gambar 4.5 Profil Pendapatan per Bulan	69
Gambar 4.6 Profil Pengeluaran per Bulan	70
Gambar 4.7 Confirmatory Factor Analysis Kualitas Produk	83
Gambar 4.8 Confirmatory Factor Analysis Citra Merek	85
Gambar 4.9 Confirmatory Factor Analysis Kepuasan Pelanggan	86
Gambar 4.10 Confirmatory Factor Analysis Loyalitas Pelanggan	87
Gambar 4.11 Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen	89
Gambar 4.12 Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen	92
Gambar 4.13 Structural Equation Model	95
Gambar 4.14 Uji Normalitas Histogram	100
Gambar 4.15 Uji Normalitas P-Plot	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pangsa Pasar AMD Radeon tahun 2014 sampai 2018	5
Tabel 1.2 Data Benchmark G3D dan Konsumsi Listrik	7
Tabel 1.3 Data Keluhan Produk AMD Radeon Tahun 2015 sampai 2018...	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden	64
Tabel 4.2 Angka Indeks Kualitas Produk	73
Tabel 4.3 Deskripsi Indeks Kualitas Produk.....	74
Tabel 4.4 Angka Indeks Citra Merek.....	75
Tabel 4.5 Deskripsi Indeks Citra Merek	76
Tabel 4.6 Angka Indeks Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.7 Deskripsi Indeks Kepuasan Pelanggan	78
Tabel 4.8 Angka Indeks Loyalitas Pelanggan.....	79
Tabel 4.9 Deskripsi Indeks Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 4.10 Sample Covariances-Estimate.....	82
Tabel 4.11 Indeks Pengujian CFA Kualitas Produk	84
Tabel 4.12 Indeks Pengujian CFA Citra Merek.....	85
Tabel 4.13 Indeks Pengujian CFA Kepuasan Pelanggan.....	87
Tabel 4.14 Indeks Pengujian CFA Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.15 Indeks Pengujian CFA Konstruk Eksogen	90
Tabel 4.16 Regression Weight CFA Konstruk Eksogen.....	90
Tabel 4.17 Indeks Pengujian CFA Konstruk Endogen	93
Tabel 4.18 Regression Weight CFA Konstruk Endogen	93
Tabel 4.19 Indeks Pengujian CFA Structural Equation Model	97
Tabel 4.20 Regression Weight Structural Equation Model	99
Tabel 4.21 Assesment of Normality.....	99
Tabel 4.22 Hasil Penghitungan Construct Reliability dan Variance Extracted	101
Tabel 4.23 Uji Outlier Mahalanobis.....	102
Tabel 4.24 Estimasi Parameter Regression Weights.....	106
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	115

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	122
Lampiran B Tabulasi Data	131
Lampiran C Hasil Confirmatory Factor Analysis	137
Lampiran D Hasil Structural Equation Modeling	145

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, persaingan pada dunia usaha berangsur-angsur semakin ketat. Tuntutan konsumen juga semakin tinggi pada perusahaan. Perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan konsumen. Di tengah perusahaan yang semakin banyak, pastinya tiap perusahaan harus memiliki cara-cara tersendiri untuk menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen. Perusahaan harus menangkap aspirasi konsumen dengan tepat agar mampu memberikan produk-produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen dan juga memiliki harga yang bersaing.

Kualitas memiliki sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012:131) kualitas merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan. Kualitas produk, kepuasan pelanggan, profit perusahaan memiliki hubungan yang sangat erat. Semakin tinggi tingkat kualitas suatu produk dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi pula. Kualitas produk menjadi hal yang harus mendapat perhatian lebih dari perusahaan untuk mendapatkan pelanggan serta memuaskan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dari suatu perusahaan akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain.

Pelanggan yang menceritakan akan rasa puas yang didapat dari suatu produk pada orang lain dapat dikategorikan sebagai pelanggan yang sudah loyal terhadap suatu produk dan ingin agar orang lain merasakan hal yang sama dengannya. Terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang sudah meneliti hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan, Fujun Lai et al./ *Journal of Business Research* 62 (2009: 981) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas, nilai produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *Chinese Telecom*. Dari penelitian itu disimpulkan bahwa kualitas, nilai produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Perusahaan harus selalu mengusahakan untuk meningkatkan kualitas produk karena pada akhirnya dapat membuat pelanggan lebih puas dan loyal dibanding produk pesaing.

Prioritas utama perusahaan hendaknya mencari dan mempertahankan pelanggan yang loyal. Hal ini dapat dicapai dengan peningkatan kualitas produk. Namun terdapat cara lain yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain berkualitas tinggi produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki ciri khas. Menurut Kotler & Keller (2012:271) Citra merek menggambarkan sifat ekstrinsik dari suatu produk, termasuk bagaimana cara merek tersebut dapat memberikan efek psikologis atau sosial bagi pelanggan. Hanya produk dengan ciri khas atau memiliki merek yang kuat saja yang mampu membedakannya dengan produk lain. Sebuah merek yang sudah dikenal pelanggan dapat dibedakan dengan merek-merek lain, lalu pada

benak pelanggan tersebut akan tercipta persepsi yang baik tentang merek tersebut. Merek tersebut akan dipersepsikan memiliki kualitas yang baik. Kualitas yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta menghasilkan pelanggan yang loyal. Penelitian Paul C.S. Wu et al./ *Australasian Marketing Journal 19* (2011:31) tentang pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kondisi toko pada kepuasan pelanggan pada merek-merek pakaian lokal di Australia memberikan informasi bahwa kualitas produk, citra merek dan kondisi toko memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menguatkan bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan diperlukan citra merek yang baik di mata pelanggan.

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, perangkat komputer sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Komputer seperti tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari manusia dewasa ini. Pada perkembangannya komputer dapat digunakan untuk menunjang pekerjaan, maupun memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang. Untuk memenuhi seluruh kebutuhan tersebut, tiap orang akan mencari perangkat komputer yang dapat menunjang kebutuhan mereka dengan maksimal.

Kenyataannya hampir segala hal yang kita lakukan sehari-hari pada era globalisasi ini selalu berbasis pada perangkat komputer. Pada pekerjaan seperti segala macam desain, *editing video*, membuat *game*, sampai bermain *game* yang sekarang menjadi pekerjaan yang cukup menjanjikan, diperlukan *Graphic Processing Unit* (GPU) yang mampu menunjang pemrosesan grafis. Pemrosesan

grafis yang tidak sempurna tentunya akan menghasilkan *lag* atau grafis yang patah-patah. Hal ini tentunya akan sangat menghambat pekerjaan kita.

Terdapat 2 raksasa produsen *Graphic Procesing Unit* (GPU). Produk-produk yang dihasilkan oleh kedua produsen tersebut pastinya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Pelanggan juga menjadi semakin selektif dalam memilih GPU yang akan mereka pakai untuk menunjang pekerjaannya. Hal ini membuat kedua perusahaan ini bersaing ketat untuk menghasilkan produk-produk terbaik. Pengembangan teknologi pun selalu dilakukan untuk menghasilkan GPU yang mampu memproses grafis dengan baik, memiliki efisiensi listrik yang baik, serta harga yang terjangkau.

AMD Radeon merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi *Graphic Procesing Unit* (GPU) untuk perangkat komputer maupun laptop. Radeon sendiri awalnya bernama ATI Radeon yang berdiri pada tahun 2000. Pada tahun 2010 AMD memutuskan untuk mengubah merek dagang GPU-nya menjadi AMD Radeon. AMD Radeon saat ini memproduksi berbagai macam jenis GPU. Mereka menyediakan GPU dari kelas rendah sampai dengan kelas tinggi. GPU yang diproduksi oleh AMD Radeon ini menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan agar nantinya tidak berlebihan atau kurang.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh AMD Radeon lebih didefinisikan sebagai produk yang handal dan terjangkau. AMD Radeon selalu menawarkan produk-produk berkelas namun dengan tingkat harga yang bersaing jika dibandingkan dengan merek lain yaitu Nvidia. Berbagai hasil pengetesan

(*benchmark*) telah dilakukan dan hasilnya menang AMD Radeon mampu bersaing ketat dengan Nvidia walaupun dengan harga yang ditawarkan lebih rendah.

Berikut akan ditampilkan data Pangsa Pasar AMD Radeon dari tahun 2014 sampai 2018.

Tabel 1.1

Data Pangsa Pasar AMD Radeon tahun 2014 sampai 2018

Tahun	Kuartal	Persentase Pangsa Pasar (%)	Perubahan (%)
2014	I	35	
	II	37.9	2.9
	III	28.4	-9.5
	IV	24	-4.4
2015	I	22.5	-1.5
	II	18	-4.5
	III	18.8	0.8
	IV	18.3	-0.5
2016	I	21.1	2.8
	II	22.8	1.7
	III	29.9	7.1
	IV	29.1	-0.8
2017	I	29.5	0.4
	II	27.5	-2
	III	30.3	2.8
	IV	27.2	-3.1
2018	I	30.2	3
	II	34	3.8
	III	25.6	-8.4
	IV	19	-6.6

Sumber: John Peddie Research, 2018

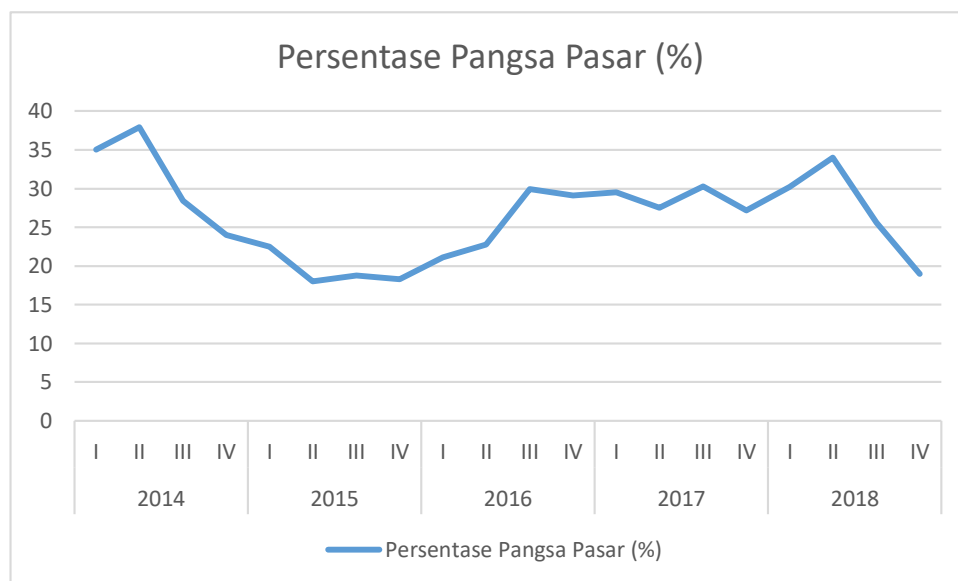
Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa pangsa pasar AMD Radeon mengalami penurunan signifikan dimulai pada tahun 2014 kuartal III hingga 2015 kuartal II. Pada tahun 2016 hingga 2017 mengalami kenaikan dan penurunan dilanjutkan pada tahun 2018 kuartal I dan II meningkat cukup signifikan hingga

3,8%. Mulai kuartal III 2018 kembali terjadi penurunan yang signifikan mencapai 8,4% dan pada kuartal IV masih terjadi penurunan sebesar 6,6%. Hal ini tidak menutup kemungkinan pada tahun 2019 pangsa pasar AMD Radeon terus mengalami penurunan jika melihat tren 5 tahun terakhir.

Untuk data penurunan pangsa pasar AMD Radeon yang lebih jelas dapat dilihat pada bagan 1.1

Bagan 1.1

Data Penurunan Pangsa Pasar AMD Radeon dari Tahun 2012-2



Sumber: John Peddie Research, 2018

Tabel 1.2
Data *Benchmark* G3D dan Konsumsi Listrik Produk-Produk Keluaran
Rentang Tahun 2017-2018 AMD Radeon Dibandingkan Dengan Nvidia
GeForce

No	Produk	<i>G3D Mark Score</i> (0-20,000)	Harga	Konsumsi Listrik (watt)
1	Nvidia GTX 1070	11,540	\$419.99	250
	Radeon RX VEGA	8,301	\$349.99	286
2	Nvidia GTX 1060	9,743	\$364.99	171
	Radeon RX 580	7,175	\$299.99	241
3	Nvidia GTX 1050 TI	8,656	\$259.99	154
	Radeon RX 570	5,478	\$264.99	188
4	Nvidia GTX 1050	5,916	\$169.99	119
	Radeon RX 560	4,255	\$119.99	177
5	Nvidia GTX 1030	5,241	\$129.99	98
	Radeon RX 550	3,137	\$89.99	113

Sumber: guru3d.com, 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat produk-produk AMD Radeon yang diharapkan bisa bersaing dengan Nvidia justru dapat dibilang gagal bersaing. Berdasarkan *G3D Mark Score* selisih skor antara AMD Radeon dengan Nvidia mulai dari produk level tertinggi yaitu Radeon RX VEGA hingga level tengah yaitu Radeon RX 550 bisa dibilang cukup jauh. Jika dilihat dari harga, memang AMD Radeon cenderung lebih murah dibandingkan Nvidia, namun selisih harga yang ditawarkan AMD Radeon tidak seberapa besar jika dibandingkan dengan hasil *G3D Mark Score*-nya. Jika dilihat pada konsumsi listrik yang ditawarkan AMD Radeon pun sama sekali tidak superior jika dibandingkan dengan Nvidia. Produk-produk yang ditawarkan AMD Radeon cenderung lebih boros pemakaian listrik dan kurang sesuai dengan era globalisasi yang mengedepankan ramah lingkungan. Jika merujuk pada data di atas, AMD Radeon harus memperbaiki kualitas produk yang

dihasilkannya jika ingin menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan citra merek yang telah dibangun yaitu handal dengan harga terjangkau. AMD Radeon juga. AMD Radeon juga harus segera berbenah agar tidak semakin banyak pelanggan yang meninggalkan produknya.

Kurangnya kepuasan pelanggan AMD Radeon memunculkan berbagai keluhan. Berikut adalah data jumlah keluhan pelanggan produk AMD Radeon pada tahun 2015 sampai 2018:

Tabel 1.3

Data Keluhan Produk AMD Radeon Tahun 2015-2018

No	Jenis Keluhan	Jumlah pada Tahun				Total
		2015	2016	2017	2018	
1	Kompatibilitas kurang baik	27	17	3	2	49
2	<i>Driver sering error</i>	11	7	12	4	34
3	Boros konsumsi listrik	49	100	126	112	387
4	Suara putaran <i>heat sink</i> berisik	35	22	23	29	109
5	Cepat panas	79	67	32	19	197
6	Peforma kurang stabil	40	24	18	74	156
7	Desain kurang menarik	9	13	36	10	68
TOTAL		250	250	250	250	1000

Sumber: pcworld.com, 2018

Tabel 1.3 menunjukkan masih banyak pelanggan AMD radeon yang memiliki keluhan atau problem selama menggunakan produk tersebut. Keluhan pada borosnya konsumsi listrik pada produk AMD Radeon sudah terjadi sejak tahun 2015, namun hingga tahun 2018 keluhan tersebut justru bertambah, artinya AMD Radeon kurang memperhatikan keluhan ini dan belum ada pembenahan produk dari perusahaan. Keluhan lain yang jumlahnya cukup besar dari tahun ke tahun merupakan produk AMD Radeon lebih cepat panas. Namun demikian, jika kita

melihat penurunan jumlah keluhan ini dari tahun 2015-2018 dapat diindikasikan sudah ada pembenahan produk yang dilakukan AMD Radeon. Menariknya, keluhan lain yang cukup banyak menjadi perhatian pelanggan juga merupakan kurang stabilnya performa produk AMD Radeon. Pada rentang tahun 2014-2018 sudah sempat menurun, namun pada tahun 2018 keluhan akan hal ini kembali meroket. Hal ini mengindikasikan AMD Radeon mengulangi kesalahan yang sama pada tahun 2018. Berbagai macam hal harus diperbaiki, ditingkatkan, ataupun diperbaharui demi terciptanya rasa percaya terhadap produk AMD Radeon. Pelanggan yang sudah percaya akan kembali membeli produk yang telah dia percayai dan menjadi loyal terhadap produk tersebut.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya menjadikan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan lebih baik, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Schnaar 1991 dalam Tjiptono, 2008:24).

Masalah-masalah yang telah diuraikan di atas menjadi dasar bagi penulis untuk mengajukan penelitian berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek pada Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan-permasalahan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon?
4. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Graphic Processing Unit* AMD Radeon?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan AMD Radeon.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan AMD Radeon.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan AMD Radeon.

4. Untuk menganalisis pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan AMD Radeon.
5. Untuk menganalisis pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan AMD Radeon.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini merupakan:

1. Bagi Perusahaan AMD Radeon (*Radeon Manufacture Group*)

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan yang lebih efektif di waktu yang akan datang.

2. Bagi Akademisi

Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Penelitian-penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperbaiki hal-hal yang masih kurang pada penelitian ini.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu

memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah bahasan dari skripsi yang diuraikan menjadi beberapa bagian atau bab. Masing-masing bab akan membahas dengan singkat dan jelas. Skripsi ini dibagi dalam 5 bagian berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini, penelitian terdahulu, setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis atau variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.