

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, *smartphone* telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, *smartphone* kini menjadi alat utama dalam mengakses informasi, hiburan, pendidikan, hingga aktivitas bisnis. Pesatnya perkembangan teknologi informasi turut mendorong pertumbuhan industri *smartphone* global, termasuk di Indonesia. Persaingan antar produsen semakin ketat, ditandai dengan terus diluncurkan produk-produk baru yang menawarkan inovasi dari sisi desain, performa, hingga pengalaman pengguna yang semakin personal dan digital.

Di tengah persaingan tersebut, Samsung tetap berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu merek *smartphone* paling dominan di pasar. Menurut data Canalys (2024), Samsung masih menempati peringkat pertama pangsa pasar *smartphone* global, termasuk di Indonesia, yang merupakan salah satu pasar terbesar di Asia Tenggara.

Top 5 Companies, Worldwide Smartphone Shipments, Market Share, and Year-Over-Year Growth, Q1 2024 (Preliminary results, shipments in millions of units)					
Company	1Q24 Shipments	1Q24 Market Share	1Q23 Shipments	1Q23 Market Share	Year-Over-Year Change
1. Samsung	60.1	20.8%	60.5	22.5%	-0.7%
2. Apple	50.1	17.3%	55.4	20.7%	-9.6%
3. Xlaomi	40.8	14.1%	30.5	11.4%	33.8%
4. Transsion	28.5	9.9%	15.4	5.7%	84.9%
5. OPPO	25.2	8.7%	27.6	10.3%	-8.5%
Others	84.7	29.3%	79.0	29.4%	7.2%
<b>Total</b>	<b>289.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>268.5</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.8%</b>

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, April 15, 2024

Gambar 1. 1 Top 5 companies smatphone

Samsung terus berinovasi dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran digital yang adaptif terhadap tren teknologi dan kebutuhan pasar. Mahasiswa, khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, merupakan salah satu segmen pengguna aktif *smartphone*. Kelompok ini dikenal sangat responsif terhadap perkembangan teknologi, aktif di media sosial, serta bergantung pada informasi digital dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian.

Dalam konteks pemasaran digital, beberapa faktor yang kini menjadi penentu utama dalam membangun loyalitas konsumen adalah media sosial, ulasan online, dan estetika visual. Media sosial memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan merek dan membentuk keterikatan emosional. Ulasan online menjadi sumber informasi yang dipercaya konsumen sebelum membeli produk. Sementara itu, estetika visual seperti desain produk, tampilan antarmuka, dan konten digital mampu menciptakan ketertarikan emosional terhadap merek

Secara teoritis, loyalitas merek dapat dijelaskan melalui pendekatan *brand loyalty*, yang menekankan pentingnya pengalaman positif, keterlibatan emosional, dan kepercayaan terhadap merek. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Rachmadhaniyati & Sanaji (2021), ulasan online mampu membentuk kepercayaan dan niat beli ulang Sembiring & Nisa (2024), serta estetika visual memperkuat citra merek dan ikatan emosional konsumen (Larasati & Suryoko, 2020).

Namun, sebagian besar penelitian terdahulu hanya meneliti satu atau dua variabel secara terpisah, dan belum banyak yang mengkaji ketiganya secara simultan dalam konteks loyalitas pengguna *smartphone*, khususnya merek Samsung. Selain itu, studi mengenai loyalitas konsumen di kalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh sebagai digital native masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara menyeluruh pengaruh media sosial, ulasan online, dan estetika visual terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung, serta sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kontekstual di era digital saat ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Media Sosial Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?
2. Bagaimana Ulasan *Online* Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?
3. Bagaimana Esetika Visual Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Ulasan *Online* terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Estetika Visual terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian serta perumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini yaitu:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Adapun manfaat teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan dalam memperluas wawasan khususnya tentang pengaruh Media Sosial, Ulasan *Online* dan Estetika Visual terhadap prestasi akademik mahasiswa Universitas Malikussaleh serta mengetahui sejauh mana hubungan antara teori yang diperoleh diperkuliahan dengan kondisi nyata yang ada di lapangan.

## 2. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai tambahan literatur keputakaan lembaga pendidikan dibidang penelitian tentang pengaruh Media Sosial, Ulasan *Online* dan Esteika Visual terhadap prestasi akademik mahasiswa Universitas Malikussaleh.

## 3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai hasil karya dalam menambah wawasan pengetahuan yang dapat lebih memperluas pola pikir pelaku khususnya mengenai pengaruh Media Sosial, Ulasan Oline dan Estetika Visual terhadap prestasi akademik mahasiswa Universitas Malikussaleh