

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan semakin derasnya arus globalisasi yang didalamnya dituntut adanya pertukaran informasi yang semakin cepat antar daerah dan Negara yang membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting sehingga informasi dapat berjalan dengan cepat. Telekomunikasi sebagai wahana atau alat dalam pertukaran informasi akan semakin memperlihatkan aspek kualitas jasa atau produk. Selain itu perkembangan di bidang dunia informasi saat ini begitu cepat baik dilihat dari sisi informasi maupun teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

Meningkatnya selera konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan menyebabkan jenis produk yang ditawarkan semakin bervariasi sehingga produsen harus menyeleksi apa yang benar-benar menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Bervariasinya produk yang ditawarkan oleh produsen membuat proses keputusan pembelian akan semakin panjang. Sehingga akan menyebabkan meningkatnya arus informasi yang memerlukan instrumen komunikasi untuk mempermudah kegiatan manusia, diantaranya adalah teknologi informasi. Kebutuhan akan alat komunikasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer, khususnya *Smartphone*.

Fenomena ini memberikan gambaran bagi perusahaan untuk berlomba-lomba menciptakan sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk pasti konsumen memiliki alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya kualitas yang ditawarkan, harga yang terjangkau dan kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk merupakan sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen mempunyai nilai jual lebih dibandingkan para pesaing. Selain berbicara kualitas produk maka aspek yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga sendiri menjadi faktor penentu konsumen untuk memberikan keputusan untuk membeli atau tidak setelah mendapatkan apa yang diinginkan konsumen dari kualitas produk tersebut.

Faktor lain yang juga berperan dalam keputusan pembelian yakni citra merek. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek. Citra merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Bagi pembeli merek bermanfaat untuk menciptakan mutu bagi produk tersebut. Dengan adanya citra merek, maka konsumen akan dengan mudah membedakan karakter dari produk, ketika citra merek suatu produk sudah baik, maka akan timbul rasa percaya pada suatu produk, maka keputusan untuk membeli akan semakin tinggi.

Produsen *Smartphone* yang melihat semakin berkembang pengguna *Smartphone* di Indonesia, membuat perusahaan *Smartphone* di Indonesia berlomba-lomba untuk membuat produk yang unggul dibandingkan dengan para pesaing mereka. *Smartphone* merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer

akan mempermudah segala urusan dengan adanya fitur canggih didalamnya. *Smartphone* di Indonesia memiliki angka pengguna yang cukup besar, dan selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tingginya pengguna *smartphone* di Indonesia, tentu akan semakin banyak pula variasi *smartphone* yang di tawarkan para produsen kepada konsumen dan membuat konsumen semakin bebas menentukan pilihannya.

Salah satu *smartphone* yang terkemuka di dunia khususnya Indonesia adalah iPhone. Ketika diluncurkan pertama kali pada tahun 2007 di Macworld Conference & Expo. Sementara di Indonesia fenomena iPhone juga menjadi fenomena tersendiri. Para peminat iPhone semakin kuat dengan semakin meluasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan perkembangan dan perangkat yang berteknologi. Hal ini dapat dilihat dari data market share dari berbagai merek *smartphone*.

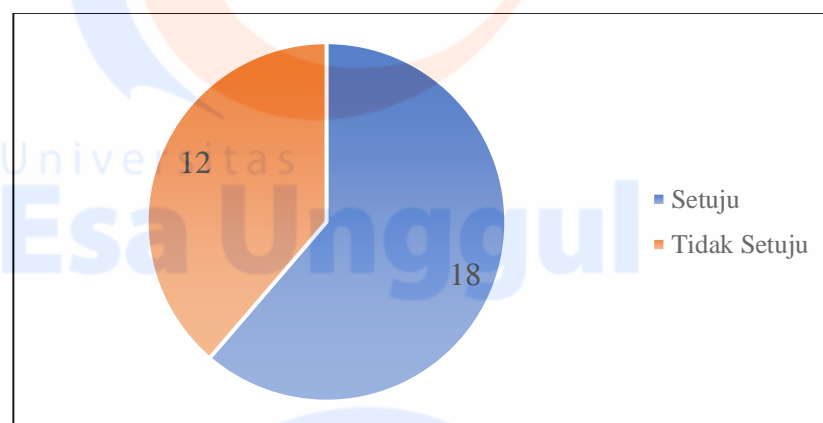
**Tabel 1.1. Data market share Smartphone**

Period	iPhone	Samsung	Huawei	Xiaomi	OPPO	Others
2016Q4	18,20%	18,00%	10,60%	3,30%	7,30%	42,50%
2017Q1	14,70%	23,30%	10,00%	4,30%	7,50%	40,20%
2017Q2	11,80%	22,90%	11,10%	6,20%	8,00%	40,00%
2017Q3	12,40%	22,10%	10,40%	7,50%	8,10%	39,50%
2017Q4	19,70%	18,90%	10,70%	7,20%	6,90%	36,60%

Sumber: [www.IDC.com](http://www.IDC.com)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas oleh International Data Corporation (IDC). Pada akhir kuartal tahun 2014 iPhone masih unggul walaupun hanya sedikit di atas Samsung dengan 18,20%. Sementara pada kuartal pertama dan ke dua Samsung menguasai pangsa pasar cukup signifikan sebesar 23,30% dan 22,90%, sementara iPhone mengalami penurunan pada awal kuartal pertama dan ke dua. Dan mengalami kenaikan pada kuartal ke tiga pada kuartal ke empat iPhone mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 7,30%. Untuk produk *smartphone* lain tidak mengalami atau kenaikan yang signifikan.

Dalam penelitian ini, dilakukan pra survey pada tanggal 7 Mei 2018 untuk melihat berapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek dengan data sebagai berikut :

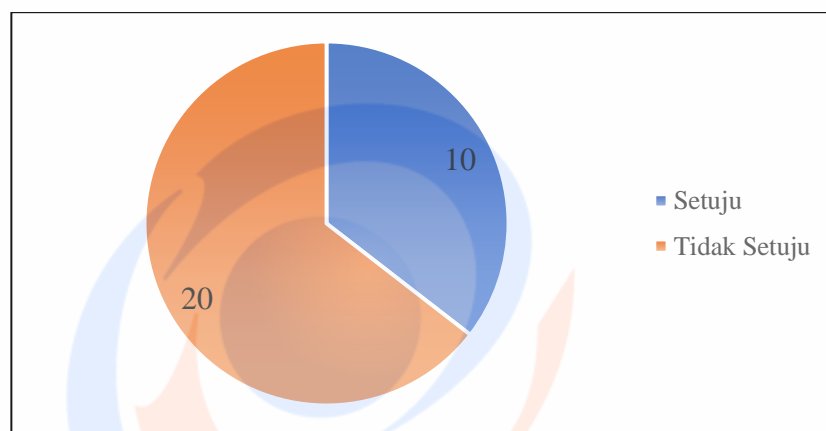


Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

**Gambar 1.1. Hasil Pra Survey Kualitas Produk iPhone di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Mei 2018.**

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik?”. Hasil

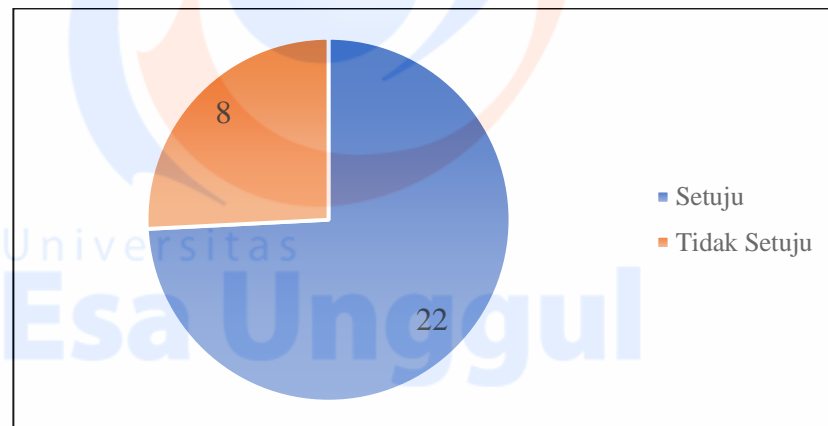
pra survey menunjukkan bahwa 18 responden (60%) setuju bahwa kualitas yang ditawarkan iPhone sudah baik, sedangkan 12 (40%) responden tidak setuju bahwa kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik. Karena menurut konsumen kualitas produk yang diberikan sudah baik karena konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan.



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

**Gambar 1.2. Hasil Pra Survey Harga iPhone di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Mei 2018.**

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah harga iPhone cukup terjangkau?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa 20 responden (66,6%) tidak setuju atau keberatan dengan harga yang ditawarkan iPhone, sedangkan 10 (33,3%) responden setuju dan tidak memperlakukan harga. Menurut para konsumen jika dibandingkan dengan produk sejenis harga yang ditawarkan iPhone masih lebih tinggi dibandingkan dengan yang sejenis.



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

**Gambar 1.3. Hasil Pra Survey Citra Merek iPhone di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Mei 2018.**

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah citra merek iPhone sudah baik dimata konsumen?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa citra iPhone sudah baik dengan 22 responden (73,3%) menyatakan setuju, sedangkan 8 responden (26,6%) menyatakan tidak setuju. Citra merek iPhone sudah baik karena dengan daya tahan lama bisa bertahan bertahun-tahun dan memiliki citra yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek *Smartphone* iPhone”**.

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka di identifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kebutuhan konsumen terhadap teknologi dan alat komunikasi sehingga membuat produsen iPhone berinovasi untuk menghasilkan produk yang diinginkan konsumen.
2. Kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik, tetapi munculnya produk sejenis membuat iPhone harus mempertahankan kualitas produk.
3. Harga yang ditawarkan iPhone cukup tinggi dibandingkan *smartphone* merek lain, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Dalam pembatasan ini masalah yang akan dikaji dalam penelitian hanya produk iPhone mengingat keterbatasan waktu, ilmu dan lainnya, dalam pembatasan masalah ini hanya berfokus pada Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang penulis lakukan, maka dapat diuraikan melalui perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Citra Merek iPhone?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Citra Merek iPhone?

3. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
5. Apakah terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
6. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone melalui Citra Merek sebagai variabel intervening?
7. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone melalui Citra Merek sebagai variabel intervening?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Citra Merek iPhone.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Harga terhadap Citra Merek iPhone.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone.



6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian iPhone melalui Citra Merek sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone melalui Citra Merek sebagai variabel intervening.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat untuk berbagai pihak yang membaca penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Manfaat penelitian bagi pihak perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan dalam menentukan dan menerapkan strategi penjualan yang tepat dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain.

2. Bagi penelitian

Manfaat penelitian ini untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan apa yang telah kita dapat pada perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya ada di perusahaan. Untuk menambah dan membuka wawasan peneliti tentang strategi pemasaran dan strategi penjualan pada sebuah perusahaan terutama dalam hal citra merek, harga, promosi serta keputusan pembelian.

3. Bagi pihak lain

Supaya dapat menjadi referensi untuk melakukan sebuah penelitian yang mengenai pengaruh citra merek, harga, promosi terhadap keputusan pembelian iPhone.