

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

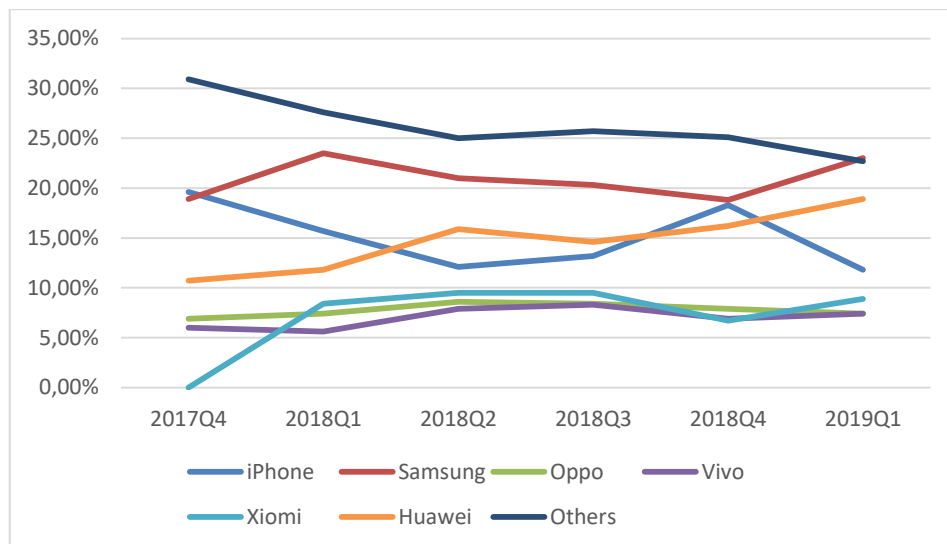
Seiring dengan semakin deras arus globalisasi yang didalamnya dituntut adanya pertukaran informasi yang semakin cepat antar daerah dan Negara yang membuat peranan telekomunikasi menjadi sangat penting sehingga informasi dapat berjalan dengan cepat. Telekomunikasi sebagai wahana atau alat dalam pertukaran 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. 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. 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. Selain berbicara citra merek maka aspek yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga sendiri menjadi faktor penentu konsumen untuk memberikan keputusan untuk membeli atau tidak atau setelah mendapatkan apa yang diinginkan konsumen dari kualitas produk tersebut.

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*.



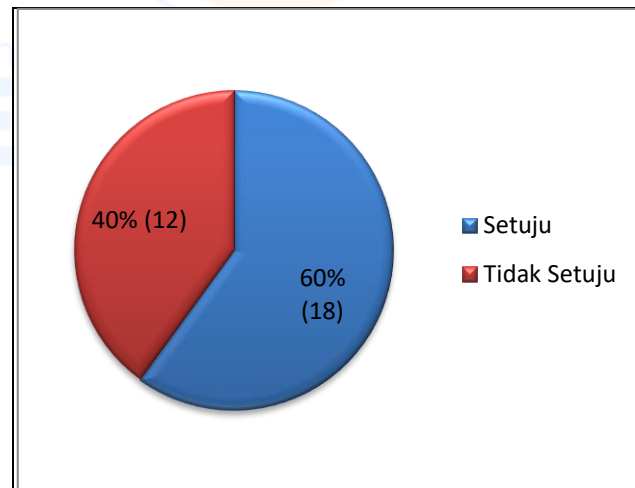
Sumber: International Data Corporation (IDC)

**Gambar 1.1. Data market share Smartphone**

Berdasarkan gambar 1.1 di atas oleh International Data Corporation (IDC). Pada akhir kuartal tahun 2017 iPhone masih unggul walaupun hanya sedikit di atas Samsung dengan 19,60%. Sementara pada kuartal pertama ditahun 2018, Samsung menguasai pangsa pasar cukup signifikan sebesar 23,50%. Untuk kuartal kedua sampai dan kuartal empat, Samsung tetap menguasai pasar meskipun terjadi penurunan sedikit demi sedikit. Sementara iPhone mengalami penurunan pada awal kuartal pertama sampai ketiga dan mengalami kenaikan pada kuartal ke empat yang signifikan sebesar 5,10%. Tak bertahan lama, pada kuartal pertama ditahun 2019, iPhone mengalami penurunan yang cukup jauh sebesar 6,50% sementara Samsung berbanding

terbalik mengalami kenaikan sebesar 4,20%. Untuk produk *smartphone* lain tidak mengalami atau kenaikan yang signifikan.

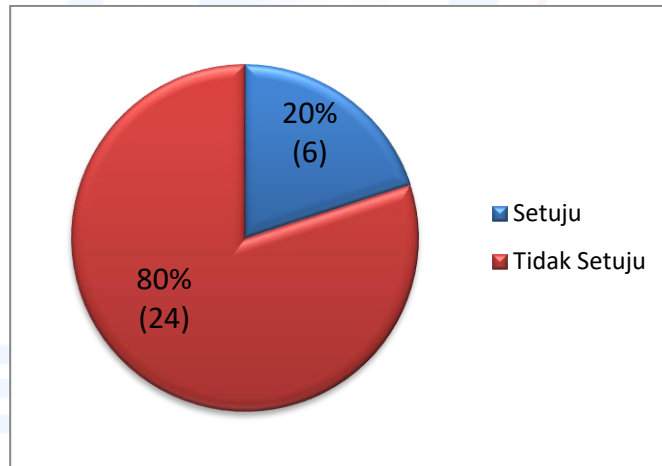
Dalam penelitian ini, dilakukan pra survey pada tanggal 10 Oktober 2019 untuk melihat berapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek dengan data sebagaiberikut:



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2019

**Gambar 1.2. Hasil Pra Survey Kualitas Produk iPhone di Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Oktober 2019.**

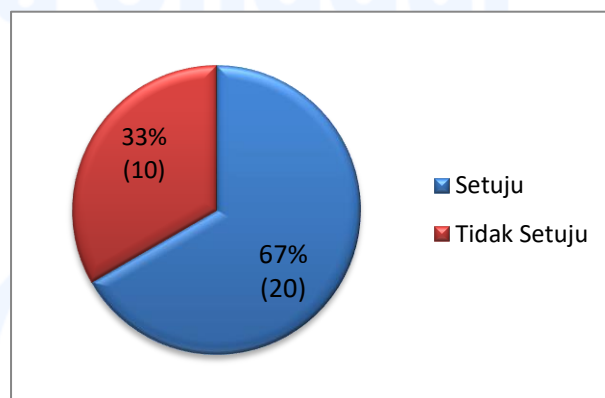
Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik?”. Hasil Pra Survey menunjukkan bahwa 18 responden (60%) setuju bahwa kualitas yang ditawarkan iPhone sudah baik dan konsumen merasa puas akan spesifikasi yang diberikan oleh iPhone seperti kamera dan fitur yang diberikan. Tidak hanya itu, iPhone menggunakan iOS yang berbeda dengan *smartphone* lainnya, sedangkan 12 (40%) responden tidak setuju bahwa kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik karena iPhone tidak memberikan memori eksternal dan hanya mengandalkan memori internalnya saja. Selain memori, kapasitas baterai yang diberikan iPhone juga kecil dimana baterai cepat habis. Tidak hanya itu, iPhone juga tidak bisa digunakan untuk mendownload secara gratis dan semua harus serba berbayar.



Sumber : Diolah oleh peneliti,2019

**Gambar 1.3. Hasil Pra Survey Harga iPhone di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Oktober 2019.**

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai “Apakah harga iPhone cukup terjangkau?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa 24 responden (80%) tidak setuju atau keberatan dengan harga yang ditawarkan iPhone karena harga yang ditawarkan iPhone sangatlah tinggi. Untuk kalangan kelas kebawah, harga iPhone sangat mahal daripada *smartphone* lainnya. Harga yang ditawarkan iPhone berkisar dari Rp 3 juta sampai 20 jutaan. Bahkan konsumen mengatakan harga yang ditawarkan iPhone tidak sesuai dengan spesifikasi yang diberikan sedangkan 6 (20%) responden setuju dan tidak mempermasalahkan harga. Menurut para konsumen jika dibandingkan dengan produk sejenis harga yang ditawarkan iPhone masih lebih tinggi dibandingkan dengan yang sejenis.



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2019

**Gambar 1.4. Hasil Pra Survey Citra Merek iPhone di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat, Oktober 2019.**

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 20 responden (66,7%) menyatakan setuju karena iPhone menggunakan sistem operasi iOS, dimana konsumen merasa berbeda ketika menggunakan *smartphone* iPhone, ini dikarena hanya iPhone yang menggunakan sistem operasi iOS, sedangkan *smartphone* lain menggunakan sistem operasi Andorid, sedangkan 10 responden (33,3%) menyatakan tidak setuju karena belum tentu semua orang bisa menggunakan sistem operasi iOS apalagi ketika konsumen terlebih dahulu menggunakan *smartphone* lain yang menggunakan sistem operasi Andorid pasti akan kesusahan untuk menggunakan sistem operasi iOS.

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

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

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

1. Berdasarkan data International Data Corporation, pada tahun 2017-2019 *smartphone* Iphone mengalami keadaan naik turun sehingga menyebabkan penurunan penjualan pada periode tertentu.
2. Kualitas produk yang ditawarkan iPhone sudah baik, tetapi konsumen merasa kecewa dengan baterai iPhone yang cepat habis dan iPhone tidak bisa menggunakan memori eksternal sehingga membuat konsumen lebih memilih untuk membeli produk *smartphone* lain.
3. Harga yang ditawarkan iPhone cukup tinggi dibandingkan *smartphone* merek lain, sehingga konsumen lebih memilih untuk membeli produk *smartphone* lain.
4. Sistem operasi iOS yang digunakan iPhone membuat konsumen merasa kesulitan untuk menggunakannya sehingga membuat citra merek iPhone mempengaruhi pembelian konsumen terhadap *smartphone* Iphone.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini hanya produk iPhone yang 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 Keputusan Pembelian iPhone?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone?
5. Apakah Citra Merek merupakan variabel yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian iPhone?

### 1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone.
5. Untuk mengetahui Citra Merek merupakan variabel yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian iPhone.

### 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 kualitas produk, harga, dan citra merek keputusan pembelian iPhone.