

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini persaingan di bidang teknologi informasi berkembang pesat untuk memperebutkan pangsa pasar di dunia usaha. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi dan model *smartphone* yang semakin beragam sesuai permintaan konsumen yang semakin meningkat serta memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangi persaingan. Di Indonesia produk *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer hampir semua orang, dari golongan bawah sampai atas yang bisa membantu kebutuhan sehari-hari seperti komunikasi, pekerjaan, pendidikan, keagamaan, hiburan, dan masih banyak lagi kegunaannya. Persaingan pada produk *smartphone* tidak hanya dilihat dari kualitas produk saja tetapi merek juga penting yang sudah melekat pada benak konsumen. Jika perusahaan memberikan kualitas produk yang bagus, harga yang terjangkau dan pengaruh kuat citra merek maka konsumen dapat memilih produk yang kita jual serta akan melakukan keputusan pembelian.

Berbagai merek *smartphone* sangat beragam, seperti (Apple) iPhone, Samsung, Oppo, Vivo, Xiaomi, Realme dan berbagai merek lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Setiap merek produk *smartphone* memiliki kualitas dan keunggulan sendiri yang diberikan produsen kepada konsumen. Dari berbagai merek yang ada, Apple Inc adalah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California, yang merancang, mengembangkan, dan menjual barang elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, dan layanan daring. Perangkat keras yang diproduksi Apple meliputi *smartphone* iPhone, komputer tablet iPad, komputer pribadi Mac, pemutar media portabel iPod, jam pintar Apple Watch, pemutar media digital Apple TV, dan pengeras suara pintar HomePod. iPhone menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS Apple yang dikenal dengan nama "iPhone OS" sampai pertengahan 2010, sesaat setelah peluncuran iPad. iPhone pertama diluncurkan tanggal 29 Juni 2007. Saat ini iPhone merupakan salah satu produk *smartphone* yang banyak diminati oleh konsumen di berbagai kalangan.

Menurut Akbar (2013), *smartphone* selalu mengalami perubahan kualitas dari tahun ke tahun terutama beberapa merek ternama yang ada di pasaran saat ini, fenomena ini terjadi karena keinginan dari konsumen yang selalu ingin mendapatkan kemudahan dalam komunikasi dan juga pekerjaan mereka. Begitupun untuk merek iPhone sendiri selalu mengeluarkan produk terbaru setiap tahunnya, seperti perubahan kualitas yang lebih baik, desain produk apple yang terbaru dan selalu mengutamakan ciri khasnya yaitu logo apple di belakang. Menurut Akbar (2013), hal ini juga merupakan salah satu cara perusahaan untuk menarik minat konsumen-konsumen mereka untuk memberikan rasa kepuasan terhadap mereka.

Menurut Rizki (2015), *smartphone* dengan merek iPhone merupakan salah satu merek yang sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia dengan kualitas produk yang sudah

terjamin, meski iPhone memiliki harga yang tergolong mahal akan tetapi iPhone tetap menjadi salah satu produk *smartphone* yang paling diminati di Indonesia dan mampu menembus pasaran Indonesia. Menurut website makemac.grid.id tahun 2019 jadi tahun yang sulit bagi Apple dan produk andalannya yaitu iPhone. Apple baru berhasil meraih puncak di kuartal terakhir tahun 2019. Data dari lembaga riset *Strategy Analytics* baru saja merilis data penjualan ponsel di Q4 tahun 2019.

**Tabel 1.1**  
**Penjualan *smartphone***

<b>Global Smartphone Shipments by Vendor (Millions of Units)</b>	<b>Q4 '18</b>	<b>2018</b>	<b>Q4 '19</b>	<b>2019</b>
Samsung	69.3	291.3	68.8	295.1
Huawei	60.5	205.8	56.0	240.5
Apple	65.9	206.3	70.7	197.4
Xiaomi	26.0	119.3	33.0	124.8
OPPO	31.1	116.6	30.5	115.1
Others	123.2	492.3	115.5	439.7
<b>Total</b>	<b>376.0</b>	<b>1431.6</b>	<b>374.5</b>	<b>1412.6</b>

Sumber: makemac.grid.id (2020)

Berdasarkan tabel tersebut pada Q4 tahun 2019 Apple berhasil mendistribusikan 70,7 juta unit iPhone secara global dibandingkan merek lain. Walaupun pada Q4 tahun 2018 mengalami penurunan yang hanya mencatat 65,9 dibawah Samsung, namun pada Q4 tahun 2019 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Walaupun berhasil mencatatkan hasil yang positif di akhir tahun, tapi total penjualan tahunan Apple masih kalah dari dua pesaing utamanya. Dalam setahun Apple hanya berhasil mendistribusikan 197,4 juta unit iPhone. Jumlah itu masih tertinggal jauh dari Huawei dengan 240,5 juta dan Samsung dengan 295,1 juta unit secara global.

Semakin meningkatnya jenis *smartphone* dari tahun ke tahun, semua perusahaan yang bergerak dibidang alat komunikasi terus berinovasi dan bersaing ketat dalam menciptakan produk *smartphone* yang berkualitas, canggih dan tentunya berbeda dengan yang lain. Produsen *smartphone* tidak hanya berfokus terhadap kualitas produk yang dihasilkan sehubungan dengan usaha yang dilakukan untuk menguasai pangsa pasar, namun juga memperhitungkan mengenai faktor harga yang akan ditetapkan apakah harga yang ditetapkan bersaing serta membuat konsumen merasa harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Yang tidak kalah penting yaitu pengenalan konsumen terhadap citra suatu merek. Citra merek yang sudah dikenal baik lebih diminati oleh konsumen.

Oleh karena itu, penulis melakukan *Pra Survey* konsumen Apple mengenai sejumlah faktor pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6. Berikut ini merupakan hasil *pra survey* dari 45 responden yang berkaitan dengan Kualitas Produk iPhone 6:

**Tabel 1.2**  
**Pra Survey Kualitas Produk iPhone 6**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Kualitas Produk iPhone 6 sesuai dengan keinginan	26	19	45
2	iPhone 6 telah mengikuti perkembangan jaman	25	20	45
3	iPhone 6 dapat memberikan kemudahan dan membantu dalam melakukan aktivitas sehari-hari	32	13	45

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan hasil *Pra survey* yang dilakukan peneliti kepada 45 responden yang berkaitan dengan Kualitas Produk dari iPhone 6, hasil *pra survey* menunjukkan 26 responden menyatakan kualitas produk iPhone 6 sesuai dengan keinginan dan 19 responden menyatakan kualitas produk iPhone 6 tidak sesuai dengan keinginan. Kemudian sebanyak 25 responden menyatakan iPhone 6 telah mengikuti perkembangan jaman dan 20 responden menyatakan iPhone 6 tidak mengikuti perkembangan jaman. Lalu 32 responden menyatakan iPhone 6 dapat memberikan dan membantu dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti telfon, chat, browsing, foto, serta masih banyak lagi dan 13 responden menyatakan iPhone 6 tidak memberikan kemudahan dan membantu dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Berikut ini juga merupakan hasil *pra survey* dari 45 responden yang berkaitan dengan Harga iPhone 6:

**Tabel 1.3**  
**Pra Survey Harga iPhone 6**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Harga iPhone 6 sesuai dengan kualitas produknya	23	22	45
2	iPhone 6 memiliki Harga yang terjangkau	17	28	45
3	Harga iPhone 6 mampu bersaing dengan Harga produk <i>smartphone</i> lain	21	24	45

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan hasil *Pra survey* yang dilakukan peneliti kepada 45 responden yang berkaitan dengan Harga dari iPhone 6, hasil *pra survey* menunjukkan 23 responden menyatakan harga iPhone 6 sesuai dengan kualitas produknya dan 22 responden menyatakan harga iPhone tidak sesuai dengan kualitas produknya. Kemudian 17 responden menyatakan iPhone 6 memiliki harga yang terjangkau dan sebanyak 28 responden menyatakan harga iPhone 6 mahal dibandingkan produk lain yang memiliki kualitas produk yang sama dengan harga yang lebih murah dibandingkan iPhone 6. Lalu 21 responden menyatakan harga iPhone 6 mampu bersaing dengan harga produk *smartphone* lain dan 24 responden menyatakan harga iPhone 6 tidak bersaing dengan harga produk lain.

Berikut ini juga merupakan hasil *pra survey* dari 45 responden yang berkaitan dengan Citra Merek iPhone 6:

**Tabel 1.4**  
**Pra Survey Citra Merek iPhone 6**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Merek iPhone mudah diingat	34	11	45
2	iPhone akan selalu berkesan di dalam pikiran anda	22	23	45
3	iPhone memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan	27	18	45

*Sumber : Data diolah peneliti (2020)*

Berdasarkan hasil *Pra survey* yang dilakukan peneliti kepada 45 responden yang berkaitan dengan Citra Merek dari iPhone 6, hasil *pra survey* menunjukkan sebanyak 34 responden menyatakan merek iPhone mudah diingat memiliki ciri yang sangat khas dengan logo apel kerowak dan 11 responden menyatakan merek iPhone tidak mudah diingat. Kemudian 22 responden menyatakan iPhone berkesan di dalam pikiran konsumen dan sebanyak 23 responden menyatakan kalau iPhone tidak berkesan di dalam pikiran konsumen. Lalu sebanyak 27 responden menyatakan iPhone memiliki banyak tipe dan model yang sesuai dengan keinginan dan 18 responden menyatakan iPhone tidak memiliki banyak tipe dan model yang diinginkan.

Berikut ini juga merupakan hasil *pra survey* dari 45 responden yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian iPhone 6:

**Tabel 1.5**  
**Pra Survey Keputusan Pembelian iPhone 6**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Anda membeli iPhone 6 berdasarkan keputusan pribadi	27	18	45
2	Anda merasa yakin dengan keputusan pembelian iPhone 6	25	20	45
3	Anda membeli iPhone 6 berdasarkan informasi dari iklan atau orang lain	22	23	45

*Sumber : Data diolah peneliti (2020)*

Berdasarkan hasil *Pra survey* yang dilakukan peneliti kepada 45 responden yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian dari iPhone 6, hasil *pra survey* menunjukkan sebanyak 27 responden menyatakan membeli iPhone 6 berdasarkan keputusan pribadi dan 18 responden menyatakan membeli iPhone 6 tidak berdasarkan keputusan pribadi. Kemudian 25 responden menyatakan yakin dengan keputusan pembelian iPhone 6 dan 20 responden menyatakan tidak yakin dengan keputusan pembelian iPhone 6. Lalu 22 responden menyatakan membeli iPhone 6 berdasarkan informasi dari iklan atau orang lain dan 23 responden menyatakan membeli iPhone 6 tidak berdasarkan informasi dari iklan atau orang lain.

Jadi, berdasarkan hasil *pra survey* diatas dapat diambil kesimpulan bahwa apple (iPhone 6) perlu melakukan penurunan harga dikarenakan banyaknya persaingan sejenis yang memiliki harga yang lebih murah dengan spesifikasi produk yang hampir sama.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kelas Paralel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta)”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Meningkatnya pesaing dengan merek-merek terkenal yang tidak kalah bagus sehingga menyebabkan turunnya tingkat penjualan *smartphone* iPhone.
2. Harga *smartphone* iPhone 6 lebih mahal dari pesaing sejenis, sehingga konsumen lebih memilih produk lain yang memiliki harga lebih murah dan spesifikasi produk yang hampir sama.
3. Konsumen tidak merasa puas dengan harga yang ditawarkan *smartphone* iPhone.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti melakukan pembatasan masalah pada beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Kelas Paralel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Kebon Jeruk yang pernah membeli dan menggunakan produk *smartphone* iPhone 6.
2. Karena banyaknya faktor yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian maka penelitian ini dibatasi pada faktor yang berkaitan dengan perubahan Keputusan Pembelian yaitu Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk pada iPhone 6?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6?
5. Apakah Harga berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6.
2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6.
3. Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6.
4. Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6.
5. Harga berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian pada produk iPhone 6.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi serta menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan tentang Keputusan Pembelian untuk meningkatkan penjualan dan profit bagi perusahaan.
2. Bagi Peneliti  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan wawasan tentang teori dalam manajemen pemasaran yang telah diperoleh selama masa perkuliahan untuk digunakan dalam dunia kerja nantinya agar mampu bersaing.
3. Bagi Pembaca  
Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.