

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dewasa ini teknologi diseluruh dunia semakin berkembang pesat, terutama di dunia komunikasi sehingga batas antar benua seakan tidak berarti lagi. Perkembangan inovasi dalam alat komunikasi banyak membantu manusia mengerjakan secara efektif dan efisien. Salah satu inovasi yang sudah mendunia dibidang komunikasi saat ini adalah ponsel pintar (smartphone). Smartphone merupakan suatu inovasi dibidang telekomunikasi yang sangat membantu aktivitas manusia. Tidak dipungkiri bahwa smartphone sudah menjadi semacam kebutuhan pokok setiap orang di negara kita Indonesia. Sepertinya setiap orang yang ingin membeli handphone pastinya akan memilih smartphone sebagai pilihannya. Selain memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, terdapat ribuan macam aplikasi yang dapat kita download.

Ada banyak fasilitas yang ditawarkan oleh smartphone sehingga membuat banyak masyarakat yang memanfaatkannya, baik untuk bersosialisasi di media sosial atau membantu dalam pengerjaan tugas. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan juga membuat keberadaan smartphone dikalangan masyarakat khususnya masyarakat Indonesia bukan sesuatu yang baru lagi. Setiap pabrikan maupun vendor yang menyediakan smartphone akan memberikan beranekaragam fitur pada smarphone baik dimulai dengan yang standar maupun dengan tambahan lainnya hasil dari teknologi pabrikan tersebut. Mungkin fitur yang

paling sering digunakan adalah untuk menangkap menyediakan fasilitas internet, seperti fitur 2G, 3G, dan yang terbaru 4G. Ini juga merupakan sesuatu yang sangat membantu, oleh karena itu jenis fitur tersebut juga sangat penting ada di smartphone.

Perkembangan smartphone sangatlah pesat, produsen smartphone mulai memasukkan berbagai fitur menarik selain sebagai alat komunikasi. Face unlock merupakan suatu fitur keamanan yang ada pada smartphone untuk mempermudah membuka kunci layar smartphone tanpa perlu memasukkan sandi kunci layar. Selain fitur Face Unlock, Fingerprint Scanner merupakan fitur dengan membuka layar kunci menggunakan sidik jari. IR Blaster (*Infra-Red Blaster*) merupakan fitur yang digunakan untuk mengontrol perangkat elektronik seperti AC dan TV. NFC (*Near Field Communication*) merupakan salah satu fitur yang mulai dihadirkan oleh produsen smartphone sebagai pembayaran secara online, terhubung ke perangkat yang mendukung NFC hingga berbagi file secara instan. Slot Micro SD merupakan fitur yang harus ada pada smartphone sebagai penyimpanan file (IDNTimes.com).

Masyarakat Indonesia sangat haus akan browsing, chatting, bermain game, memutar video dan juga untuk bekerja serta belajar dengan menggunakan tablet atau smartphone. Internet juga sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu, karena dengan adanya internet, manusia memiliki banyak informasi. Internet juga bermanfaat untuk berbisnis, politik, ekonomi, dan bersosialisasi. Melalui internet banyak sarana yang menyediakan berbagai informasi, misalnya

e-mail, e-learning, e-business, e-book, e-library, dan masih banyak lagi (kompasiana.com).

Pada pengiriman smartphone ke Indonesia, Data IDC menyebutkan bahwa pengiriman smartphone di Indonesia mencapai 7,8 juta unit pada kuartal keempat di tahun 2017. Ini mengalami penurunan sebesar 9% dari tahun ke tahun. Total pengiriman smartphone sepanjang tahun 2017 mencapai 30,4 juta unit dengan relatif pertumbuhan rata-rata 1% selama 2016. Penurunan ini dikarenakan pasokan pengiriman yang lebih rendah dan persaingan dari brand besar yang memengaruhi beberapa vendor. Namun, Pada kuartal ketiga 2018, IDC mencatat pengiriman smartphone mencapai 8,6 juta unit pada periode Juli - September 2018. Angka itu menunjukkan terjadi penurunan sebesar 9 persen jika dibandingkan kuartal sebelumnya (April—Juni), tetapi tumbuh 18 persen dibandingkan periode sama tahun lalu (2017). Pada tahun 2019, Firma riset *Counterpoint Research* mengungkap pengiriman smartphone ke Indonesia naik 7 persen pada kuartal III-2019. Pertumbuhan ini didongkrak oleh para vendor yang mempromosikan produknya di retail online maupun offline.

Dari data mengenai pengiriman smartphone ke Indonesia menimbulkan smartphone besar peluang untuk terus meningkat karena pengguna internet pun kian meningkat di setiap tahunnya. Selain itu, smartphone adalah salah satu perangkat yang sangat membantu untuk mengakses layanan yang diinginkan masyarakat dengan mudah. Perkembangan smartphone dan pesatnya kemajuan teknologi internet telah membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sepanjang tahun 2017 menyebutkan masyarakat Indonesia ternyata lebih gemar menggunakan smartphone mereka untuk mengakses internet. APJII mengungkapkan dari 262 juta orang masyarakat Indonesia, mengaku memiliki dan menggunakan smartphone untuk mengakses internet. Kecenderungan para pengguna internet di Indonesia pun berpusat kepada penggunaan aplikasi chatting. Hal ini dikarenakan sekitar 89,35 persen pengguna mengaku menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan orang lain (Laksana, 2018).

Banyaknya pilihan merek dan model handphone di pasaran akan mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian handphone. Pembelian produk handphone tidak lagi karena keinginan (want), melainkan karena kebutuhan (need). Hal ini semakin dipertajam dengan keputusan konsumen dalam memilih produk handphone tertentu dalam rangka memperjelas identitas diri, agar dipandang baik dalam komunitas tertentu. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang digunakan sesuai kelebihan yang ada pada masing-masing produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur berkualitas, berprestasi dan inovatif.

Indonesia merupakan salah satu calon pasar terbesar untuk penjualan smartphone, karena tingkat permintaan untuk kategori smartphone sangatlah tinggi (solopos.com). Terdapat beberapa merek smartphone yang bersaing dalam bisnis ini di Indonesia antara lain: Samsung, Apple, Huawei, Xiaomi, Lenovo dan masih banyak lagi.

Dengan banyaknya merek smartphone di Indonesia, Merek Apple dengan smartphone iPhone muncul pertama kali sangat menjadi sorotan. iPhone pertama kali diperkenalkan didepan publik oleh Steve Jobs pada tanggal 29 Juni 2007, tepatnya jam 6 malam. Sejak saat itulah, nama iPhone mulai dikenal oleh dunia dan menjadi salah satu produk terfavorit. Hingga saat ini, iPhone terus menerus berevolusi. iPhone memiliki design yang minimalis dan sederhana, hanya memiliki layar sentuh dan satu tombol “home”. Namun, Itulah yang justru membuat smartphone ini menjadi kelihatan lebih elegan. Dilihat dari segi fitur, iPhone adalah smartphone pertama yang mempunyai fitur multi-touch. Multi-touch adalah metode input layar sentuh yang memungkinkan dua atau lebih jari untuk digunakan pada layar saat waktu yang bersamaan. iPhone terkenal dengan memperkenalkan multi-touch ke dunia smartphone dengan menggunakannya untuk memungkinkan pinching dan stretching gestures pada layar untuk mengontrol zoom. Konsumen juga dapat dengan mudah melakukan instalasi perangkat lunak dengan cara mengunduh perangkat lunak yang mereka inginkan melalui Apple store.

Citra merek iPhone di kalangan global merupakan produk nomor 1, pengguna iPhone dapat mengenali dan mengoperasikan produk iPhone dengan mudah karena iPhone di dirancang untuk kemudahan mobilitas dan bentuk fisik yang khas. iPhone dirancang dengan sistem operasi yang berbeda dengan smartphone lain, dan hanya produk dari Apple yang mengoperasikan operasi sistem ios. keunggulan dari iPhone adalah daya tarik dari penggunaannya yang cukup tinggi yaitu aplikasi terbaik selalu datang lebih awal ke iOS, bisa

langsung update software dari Apple secepatnya saat sudah tersedia, iPhone terbuat dari bahan metal dan kaca, cepat mengakses internet dan iTunes. Hal ini yang menjadi unggulan iPhone diperuntukkan untuk memudahkan mengakses internet terutama jejaring sosial yang khusus dirancang untuk pengguna iPhone agar dapat berkomunikasi dengan mudah dan efektif. Kualitas produk iPhone merupakan kualitas terbaik karena iPhone menggunakan komponen dari Samsung dan baru-baru ini merangkul perusahaan Dr Dre yang notabene nomor 1 di kancah industri musik, dan untuk perakitanya di rakit di China melalui perusahaan FoxConn.

Kesuksesan sebuah produk antara lain ditandai dengan pencapaian nilai yang lebih baik atas merek-merek lain pada sejumlah aspek pengukuran. Untuk melihat market leader pada produk smartphone, berikut ini adalah data hasil penelitian pada kategori *Global smartphone shipments by millions of units is provided*. Menurut *the Global smartphone market share by quarter* pada tahun 2017-2019 yang dilakukan oleh top OEMs yang dapat dijadikan parameter keberhasilan merek dalam meningkatkan kinerja berupa pangsa pasar.

Table 1.1 Global smartphone market share by quarter pada tahun 2017-2019

Merek	Tahun		
	2017	2018	2019
Samsung	74,4	69,8	70,4
iPhone	77,3	65,9	72,3
Huawei	41,0	59,7	56,2
Xiaomi	31,0	25,6	32,9
Oppo	30,7	31,3	31,4

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan table 1.1 diatas, bahwa Samsung dan juga iPhone memiliki daya saing yang begitu besar. Pada tahun 2017, iPhone berhasil mengungguli Smartphone Samsung dengan hasil 77,3 juta unit. Sedangkan Samsung berada pada posisi kedua yaitu 74,4 juta unit. Pada tahun 2018, iPhone mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 11,4 juta unit dari tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2019 iPhone kembali pada posisi pertama sebesar 72,3 juta unit dan Samsung kembali pada posisi kedua. iPhone dari tahun 2017-2019 mengalami Global smartphone market share by quarter yang fluktuatif.

Dari tahun ke tahun iPhone mengalami perubahan yang signifikan pada pangsa pasar terhadap merk smartphone yang lain terutama Samsung hal ini diperkuat oleh data survei *Top Brand Index* pada tahun 2017-2019. Berikut tabel 1.2 data *Top Brand Index* smartphone.

Table 1.2 Top Brand Index kategori Smartphone pada tahun 2017-2019

Merek	Tahun		
	2017	2018	2019
Samsung	38,2	43,50	46,1
iPhone	15,0	13,81	9,6
Huawei	-	-	-
Xiaomi	7,8	13,05	11,4
Oppo	9,5	12,47	15,0

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, menunjukkan bahwa produk iPhone mengalami masalah terhadap merk dari tahun 2017-2019. Pada tahun 2017 produk iPhone menduduki peringkat kedua Top Brand Index. Pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 1.19%. Pada tahun 2019 produk iPhone tidak masuk dalam

jajaran Top Brand Index. Sedangkan, produk Samsung selalu berada peringkat pertama menjadi Top Brand di kalangan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Tabel 1.1 dan 1.2 dapat dikatakan bahwa smartphone iPhone mengalami penurunan kinerja terhadap kepercayaan pelanggan terhadap produk iPhone. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi sesuatu pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk iPhone yang menyebabkan menurunnya tingkat penjualan. Jika permasalahan ini terus berkelanjutan maka diperkirakan menimbulkan kerugian pada perusahaan.

Melihat adanya fenomena diatas, maka perusahaan harus memahami bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk iPhone. Dengan adanya kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Fanatisme terhadap Produk.

Gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat (Kotler dan Keller 2008). Gaya hidup seseorang merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup ini seringkali mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosialnya. Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh karakteristik dikaitkan pribadi dan salah satunya adalah gaya hidup. Para pengguna produk Apple dengan orang-orang yang memiliki pendapatan menengah ke atas dan cukup tinggi. Dikarenakan harga iPhone cukup dapat merogoh kocek yang dalam untuk membelinya. Beberapa pengguna Apple

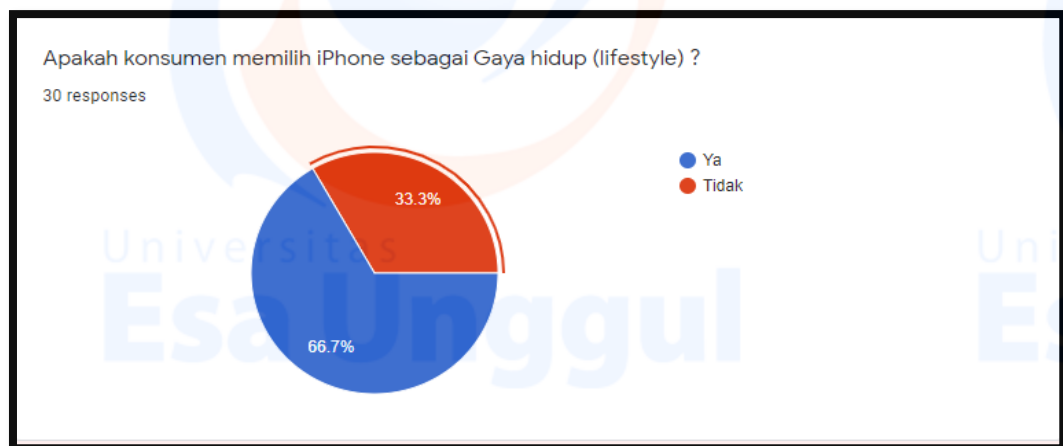
membeli dan menggunakan iPhone hanya sebagai gaya hidup, karena merek yang telah dibentuk oleh Apple menjadikan penggunanya memiliki prestige tersendiri saat memiliki smartphone merek Apple tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu variable yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas Produk adalah evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja produk yang turut terlibat dalam penghematan energi, pencegahan polusi, dan menjadikan sebagai produk yang ramah lingkungan (Mowen dan Minor, 2002): Chang dan Fong, 2010). Indikator kualitas produk features, performance quality, conformance quality, reliability, repairability, style, design (Kotler, 2000 dan Chang & Fong, 2010). Kualitas produk iPhone sudah tidak diragukan lagi bagi para pengguna smartphone. iPhone memiliki sistem pengamanan yang luar biasa pada aplikasinya, dimana sistem keamanan iOS lebih terstruktur. Semua aplikasi yang dibuat untuk iPhone harus melewati proses pengujian yang ketat, Sehingga iPhone memiliki kontrol ketat terhadap kualitas aplikasi yang ada di apps store. Lalu dalam hal Performa & kualitas menjalankan aplikasi/games lebih bagus dibanding smartphone dengan OS lainnya. Serta dalam update software, hampir seluruh seri iPhone akan selalu bisa di-update ke sistem operasi terbaru.

Fanatisme merupakan salah satu variable yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Fanatisme atau disebut juga kecintaan terhadap suatu merk sangatlah berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kecintaan merek adalah pengalaman emosional yang sangat kuat baik dari segi hubungan interpersonal dan hubungan antar konsumen dan merek Hwang and Kandampully (2012). Albert and Marunka

(2013:258), mendefinisikan kecintaan merek sebagai tingkatan ikatan emosional dan keinginan yang dimiliki seseorang terhadap merek yaitu sikap yang dimiliki oleh seseorang terhadap merek tertentu, yang melibatkan kecenderungan untuk berpikir, merasakan, dan berperilaku dengan cara tertentu terhadap merek tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut diadakan pra survei dengan variable Gaya hidup (lifestyle), Kualitas produk dan Fanatisme terhadap Produk iPhone di wilayah Jakarta sebanyak 30 koresponden dengan dua pilihan. Ya artinya mereka setuju dan Tidak artinya mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, maka diperoleh data sebagai berikut :



Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.1 Hasil Pra-survey pemilihan iPhone sebagai Gaya Hidup sebanyak 30 koresponden.

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, Hasil pra survei terhadap 30 responden pada variable gaya hidup menunjukkan bahwa sebanyak 20 koresponden (66.7%) mengatakan bahwa masyarakat memilih iPhone

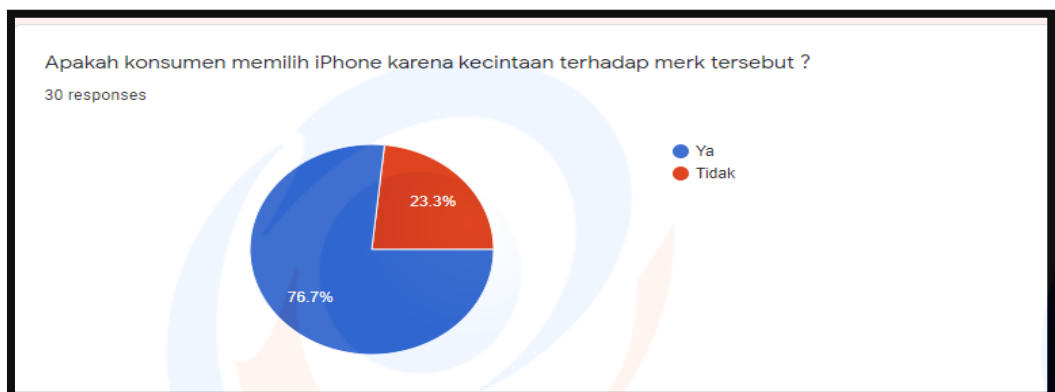
sebagai gaya hidup dan sebanyak 10 koresponden (33.3%) mengatakan bahwa masyarakat memilih iPhone bukan untuk gaya hidup.



Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.2 Hasil Pra-survey pemilihan iPhone karena Kualitas Produk sebanyak 30 koresponden.

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, Pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa sebanyak 30 koresponden (100%) masyarakat memilih produk iPhone karena kualitas produk tersebut sangat baik.



Sumber: Data diolah peneliti, 2020

1.3 Hasil Pra-survey pemilihan iPhone karena Kecintaan terhadap merk sebanyak 30 koresponden.

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, Pada variable fanatisme menunjukkan bahwa sebanyak 23 koresponden (76.7%) masyarakat memilih produk iPhone karena kecintaan masyarakat terhadap merk tersebut dan sebanyak 7 koresponden (23.3%) masyarakat memilih produk iPhone bukan karena kecintaan masyarakat terhadap merk tersebut. Dari data diatas menunjukkan bahwa adanya kepuasan pelanggan bagi pengguna iPhone di wilayah Jakarta

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik dengan pengambil judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Fanatisme terhadap Loyalitas Pelanggan Iphone di Wilayah Jakarta.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas :

1. Adanya persaingan ketat antara produk smartphone iPhone dengan merek Samsung yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia.
2. Harga di atas rata-rata menjadi permasalahan masyarakat Indonesia dalam memilih produk Iphone.

3. Kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang kualitas dan merek terhadap produk tersebut.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya mengukur pada sejauh mana pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Fanatisme terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone di Jakarta.
2. Penelitian ini hanya membatasi masalah pada produk iPhone kategori smartphone untuk dilakukan penelitian di wilayah Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh fanatisme produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh pada gaya hidup, kualitas produk dan fanatisme produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Iphone di Wilayah Jakarta ?
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta ?
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Fanatisme produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta?
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Fanatisme produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk iPhone di Wilayah Jakarta?

1.6 Manfaat Penelitian :

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Fanatisme terhadap Loyalitas Pelanggan Iphone di Wilayah Jakarta, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

2.1 Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan adanya rasa Fanatisme yang menjadi pertimbangan dalam memilih Smartphone Iphone.

2.2 Bagi Akademis

Penelitian ini digunakan sebagai awal bagi mahasiswa yang ingin meneliti untuk menerapkan pengetahuan tentang teori-teori di bidang manajemen pemasaran dalam 15opic tentang loyalitas pelanggan yang didapat dibangku kuliah dan dapat diterapkan dilapangan.

2.3 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam hal ini Apple untuk mengetahui minat konsumen sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

