

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era berkembang seperti sekarang dunia teknologi semakin maju dan canggih. Berbagai alat yang dapat memudahkan pekerjaan manusiapun juga banyak bermunculan. Salah satunya ialah alat komunikasi, awal kemunculannya alat ini hanya dapat digunakan untuk menerima suara, sekarang ini mulai berkembang dan semakin membuat segalanya mudah. Dari telepon kabel yang tidak dapat dibawa kemanapun kemudian bermunculan telepon genggam hingga telepon pintar yang sudah mulai mempunyai berbagai fungsi.

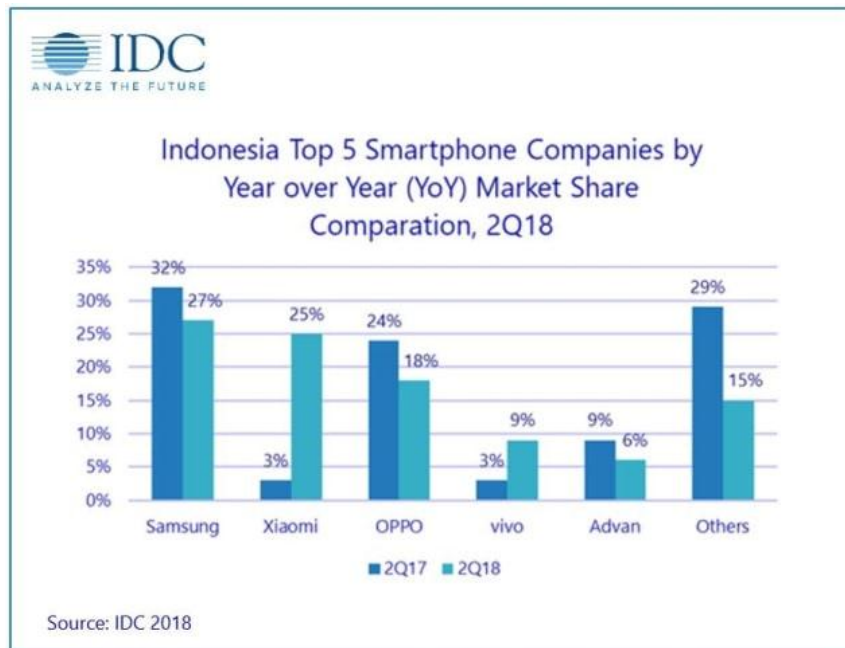
Telepon pintar yang juga disebut Smartphone. Menurut Gary (2007) Smartphone adalah telepon yang internet-enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA) seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator dan catatan. Saat ini berbagai macam merk Smartphone banyak bermunculan dan bersaing secara pesat bersamaan dengan tumbuhnya permintaan akan telekomunikasi dan meningkatnya pendapatan masyarakat. Menurut Hermawan (2004), ketika pasar keluar dari monopoli karena adanya pesaing yang masuk, maka pelanggan tidak hanya mempunyai kebutuhan dan keinginan tetapi mereka sudah mulai membangun harapan dalam benak mereka. Hermawan (2004) mengatakan bahwa teknologi yang menjadi pemenang dan berkembang pesat adalah teknologi yang melayani dan mengakomodasi manusia secara keseluruhan. Bukan sekedar teknologi canggih yang diciptakan untuk “kecanggihan itu sendiri”.

Apple inc. yang sebelumnya bernama apple computer inc. adalah sebuah perusahaan multinasional yang berpusat di Silicon Valley, Cupertino California, dan bergerak pada bidang perancangan, pengembangan, dan penjualan barang-barang yang meliputi elektronik konsumen perangkat lunak komputer, serta komputer pribadi. Apple dikenal akan jajaran produk perangkat lunak diantaranya sistem operasi OSX dan iOS, pemutar musik iTunes serta peramban web safari, dan perangkat keras (Wibowo, 2011). Dalam viva.co.id mengatakan Iphone merupakan salah satu produk ciptaan dari Apple yang sangat menggemparkan dunia saat kemunculannya pertama kali di 2007. Iphone sangat digemari dan laris penjualannya diseluruh dunia.

Menurut *International Data Corporation (IDC) Quartely Mobile Phone Tracker*, pengiriman smartphone pada kuartal kedua 2018 di Indonesia mencatatkan rekor tertinggi. Berdasarkan data IDC, pengiriman smartphone di Indonesia mencapai 9,4 juta unit pada 2018 dengan pertumbuhan sebesar 22% dari kuartal sebelumnya. Bila dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu, angka itu meningkat 18%, menjadikan pengiriman pada kuartal ini menjadi tertinggi di Indonesia.

Di Indonesia pada tahun 2017 dan 2018 produk Iphone dari perusahaan Apple justru tidak masuk dalam 5 smartphone terlaris. Peningkatan penjualan justru diperlihatkan oleh produk Xiaomi yang pada tahun 2017 diperingkat ke 5 dengan 3% market share di Indonesia dan kemudian di tahun 2018 meningkat dengan berada di peringkat ke 2 dengan 25% market share.

Berikut daftar 5 Smartphone paling laris Quartal 2 di Indonesia tahun 2018:



Gambar 1. 1
Pangsa pasar smartphone Q2 2018 Indonesia menurut IDC. (Foto: IDC Indonesia)

Sumber : <https://kumparan.com/@kumparantech/5-merek-smartphone-terlaris-diindonesia-selama-kuartal-kedua-2018-1536377970835236526>

Untuk lebih memperkenalkan produknya di Indonesia banyak muncul gerai - gerai resmi yang menjual produk Iphone. Munculnya berbagai komunitas Iphone seperti iKaskus dan Mac Club Indonesia juga menandakan bahwa produk Apple ini sudah mulai dikenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Di Yogyakarta sendiri terdapat beberapa gerai resmi Apple yang dapat ditemukan hampir di semua mall besar. Selain gerai resmi Apple seperti iBox, banyak gerai lain penyedia merek Apple contohnya: Apple Keroak, Tepat Store, Applehouse dan masih banyak lagi. Hal ini membuktikan tingginya permintaan produk Apple di Yogyakarta.

Perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal salah satunya adalah dengan

melalui “perang” antar merek. Perusahaan semakin menyadari merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan terhadap sekumpulan asosiasi suatu merek yang terjadi dibenak konsumen (Sari, 2013). Dimana menurut Adil (2012) fungsi utama citra merek adalah untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana konsumen memilih diantara merek alternatif setelah melakukan pengambilan informasi. Sangat menguntungkan bila memiliki suatu produk yang memiliki citra merek yang baik dan oleh sebab itu perusahaan harus terus menjaga dan mempertahankan citra merek secara terus menerus.

Harga adalah salah satu faktor yang penting dalam melakukan keputusan pembelian. Harga dapat dilihat dari berbagai sudut pandang yang membuatnya menjadi sesuatu yang fleksibel. Persepsi harga (*price perception*) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong 2014).

Seseorang akan merasa puas bila produk yang menurut mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Kualitas sendiri adalah hal yang di anggap penting ketika mereka memutuskan untuk membeli sebuah produk. Kualitas yang baik akan mampu untuk menarik konsumen membeli sebuah produk.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian baru berdasarkan penelitian terdahulu atau replikasi yang dilakukan oleh Rizky (2013). Perbedaan

penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek dan subjeknya. Penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitiannya adalah alat tenun bukan mesin (ATMB) dan subjeknya adalah konsumen di Pekalongan. Sedangkan penelitian ini menggunakan objek smartphone Apple yaitu Iphone dan subjeknya adalah mahasiswa di DIY, dengan judul Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Di Daerah Istimewa Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Iphone ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk iphone ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk iphone ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk iphone?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Iphone.

2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Iphone.
3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk Iphone.
4. Menaganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Iphone.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai acuan dalam memasarkan produknya agar sesuai dengan yang diharapkan.
- b. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi ketika ingin melakukan pembelian produk iphone tersebut.

2. Manfaat Teoritis

Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan dimasa mendatang. Dan dapat memberikan informasi-informasi mengenai penelitian yang sesuai dengan topik ini.