

BAB I

PENDAHULUAN

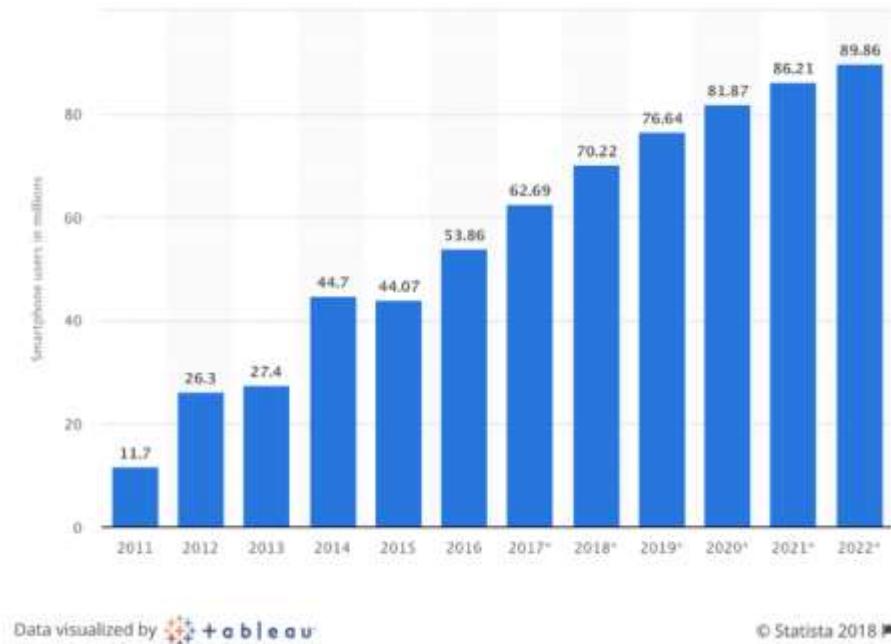
A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman yang sudah modern ini, tidak dapat di pungkiri lagi bahwa manusia hidup berdampingan dengan teknologi. Teknologi terus memperlihatkan kecanggihan dan kepintarannya sehingga memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas nya keseharian mereka. Teknologi yang paling berkembang saat ini yaitu teknologi dan komunikasi perkembangan teknologi ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan smartphone di dunia. Smartphone merupakan telepon pintar yang memiliki kemampuan seperti komputer. Kemampuan mobile computing tersebut, smartphone dapat memiliki kemampuan yang tidak bisa dibandingkan dengan ponsel biasa.

Beberapa tahun terakhir ini smartphone mampu menguasai pasar penjualan alat elektronik di dunia. Dengan adanya smartphone memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi. Peluang ini dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang elektronik untuk menciptakan smartphone yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pilihan konsumen pada smartphone semakin beragam, dengan berkembangnya desain smartphone yang saat ini semakin mewah dan canggih menjadi daya tertarik tersendiri untuk konsumen. Sudah banyak produk smartphone yang canggih dikarenakan kemajuan teknologi. Hal ini berdampak pada kebutuhan

smartphone yang sebelumnya dianggap sebagai kebutuhan tersier menjadi kebutuhan primer.

Gambar 1. 1 Perkiraan Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia 2011-2022



Sumber: www.pediainfo.com

Dari gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pengguna smartphone di Indonesia setiap tahunnya selalu bertambah, jumlah pengguna ponsel di indonesia pada 2011 hanya 11 juta pengguna namun setiap tahun terus bertambah, hingga kini jumlah pengguna smartphone di indonesia telah mencapai 89 juta pengguna dan pasti akan terus bertambah. Menjadikan Indonesia negara dengan populasi pengguna smartphone terbesar ke empat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Pada era sekarang ini, smartphone sudah menjadi alat komunikasi yang sangat penting dan digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, baik dari anak-anak, remaja maupun orang tua. Selain

dijadikan sebagai alat komunikasi smartphone juga sudah menjadi trend gaya hidup di masyarakat pada saat ini (www.pediainfo.com).

Salah satu perusahaan smartphone yang beredar di Indonesia adalah perusahaan Apple. Iphone merupakan smartphone yang dikeluarkan oleh perusahaan Apple asal Amerika Serikat dan menjadi produk unggulan dari Apple.Inc. Mulai dikembangkan dan dipasarkan ke seluruh pasar global pada tahun 2007 dan di tahun 2007 tersebut belum banyak produk-produk handphone yang berkembang di pasar global (Chardika Respatya Hendro, 2018).

Apple memasuki pasar dengan konsep yang berbeda, terbukti dari harga dan kualitas produk. iPhone dirancang agar mudah dibawa dan memiliki bentuk fisik yang unik, sehingga memudahkan pengguna iPhone untuk mengidentifikasi dan mengoperasikan produk iPhone. Kualitas produk yang dimiliki smartphone iPhone yaitu memiliki sistem operasi yang berbeda dari smartphone lain dan hanya digunakan oleh produk Apple yang menggunakan sistem operasi mereka sendiri yaitu iOS. Menurut (Kotler Philip & Armstrong, 2001) apabila suatu produk dinilai memiliki kualitas yang lebih baik di bandingkan dengan produk lain maka konsumen akan cenderung memilih melakukan pembelian suatu produk yang memiliki kualitas lebih baik.

Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengiriman Smartphone Global (Kuartal III-2022)

No	Nama	Nilai / Persen (Yoy)
1	iPhone Apple	1,6
2	Samsung	-7,8
3	Xiaomi	-8,6
4	Vivo	-22,1
5	Oppo	-22,3
6	Gabungan merek lainnya	-8,8

Sumber : <http://www.databoks.katadata.co.id/>

Dari gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa menurut laporan International Data Corporation (IDC), pengiriman smartphone produk Apple, yaitu iPhone, naik 1,6% pada gambar diatas. Sementara itu pengiriman smartphone Samsung mengalami penurunan -7,8%. Pengiriman smartphone Xiaomi, Vivo, dan Oppo tercatat masing-masing -8,6%, -8,8%, dan -22,1%, dan pengiriman merek lainnya tercatat -8,8% menurun pada kuartal III-2022.

Produk smartphone iphone menyatakan bahwa banyak kalangan yang menggemari produk nya dari penjualan yang di tunjukkan data sebelumnya. Di samping itu, masyarakat luas juga sudah banyak yang mengenal produk Iphone dari penjualannya. Kesederhanaan dalam membuat nama merek membuat konsumen menjadi mudah dalam mengenali Iphone. Konsumen menyadari bahwa suatu produk yang mempunyai citra merek yang baik, akan mempunyai tingkat jaminan dan kualitas yang tinggi pada produk tersebut. Oleh karena itu, citra merek merupakan bagian yang penting dalam pemasaran suatu produk karena akan selalu diingat oleh konsumennya.

brand image atau brand description adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu (Tjiptono, 2005).

Selain itu, smartphone Iphone menawarkan produk nya dengan harga dari kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah sampai ekonomi atas. Tetapi murah atau mahal nya harga suatu produk tergantung pada spesifikasi, keunggulan dan kualitas dari produk itu sendiri. Harga sebagai salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Untuk mendapat produk barang atau jasa guna memperoleh kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen, maka konsumen harus mengeluarkan sejumlah uang (Dharmmesta & Handoko, 2014).

Desain produk yang inovatif serta kualitas produk yang selalu di buat oleh Iphone mendapat citra merek yang positif dikalangan konsumen. Seperti sistem operasi yang digunakan oleh smartphone Iphone berbeda dengan sistem operasi yang digunakan oleh smartphone lainnya, sistem operasi iphone ini menggunakan IOS (kualitas produk). Dengan kualitas produk yang diberikan oleh iphone membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi konsumen untuk membentuk preferensi di antara merek dalam menetapkan pilihan (Kotler & Keller, 2016).

Penelitian ini replikasi dari penelitian terdahulu oleh Chardika Respatya Hendro dkk (2021). Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chardika Respatya Hendro dkk (2021). Dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada variabel yang digunakan yaitu Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek,

Keputusan Pembelian. Terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu yaitu untuk objek penelitian terdahulu di Semarang dengan subjek konsumen Smartphone Merek Iphone sedangkan penelitian saat ini pengambilan sampel dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan subjek konsumen Smartphone merek Iphone.

Dari uraian di atas penting dilakukan penelitian agar diperoleh kepastian bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dari dasar kepemilikan diatas maka penelitian ini masih relevan untuk diteliti dan diberi judul “PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Smartphone Iphone di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka Penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap citra merek?
3. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

6. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek?

7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Menganalisis persepsi kualitas produk terhadap citra merek.
2. Menganalisis persepsi harga terhadap citra merek.
3. Menganalisis persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Menganalisis persepsi harga terhadap keputusan pembelian.
5. Menganalisis citra merek terhadap keputusan pembelian.
6. Menganalisis persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.
7. Menganalisis persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktik, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Untuk memperkaya hasil penelitian, menambah referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran serta sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang tentang kualitas produk, harga dan citra merk dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktik

Memberikan informasi dan masukan kepada produsen smartphone Iphone, sebagai bahan pertimbangan didalam membuat keputusan strategi pemasaran kedepan dan untuk merumuskan konsep produk smartphone kedepan sesuai dengan yang diinginkan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan tingkat penjualan mereka.