

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Smartphone dewasa ini telah merupakan kebutuhan untuk mendukung aktivitas dan gaya hidup masyarakat khususnya di daerah perkotaan. Dengan kesibukan masyarakat modern maka *smartphone* menjadi pilihan konsumen dalam hal *efisiensi*, praktis, dan untuk memenuhi gaya hidup. Sehingga konsumen mulai mempertimbangkan banyak faktor dalam memilih *smartphone* yang diinginkannya. Seperti faktor Merek dan kualitas produk, konsumen juga menginginkan *smartphone* yang memadai untuk kelancaran berkomunikasi dan mencari informasi.

Di pasar Indonesia *smartphone* sudah menjadi hal yang biasa apa lagi dikalangan remaja. Merek-merek populer berlomba-lomba memenangkan persaingan, ada yang menonjolkan dengan kualitas, desain, maupun fitur yang modern. Dalam kasus ini merek seperti Apple, dan Samsung menjadi merek yang banyak di minati oleh para penggemar *gadget*. Dengan teknologi yang semakin maju para konsumen dipermudah untuk mencari informasi tentang produk *smartphone* contohnya lewat internet dan juga bisa lewat pengalaman orang terdekat yang telah menggunakannya.

Seiring ketatnya persaingan di dunia *smartphone* ini, Apple sebagai produsen *smartphone*, laptop, tablet dan PC ternama ini mengeluarkan iPhone 6 dan iPhone 6 plus.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tingginya kebutuhan masyarakat jaman sekarang akan informasi, pemakaian aplikasi terbaru, *expose* berita dan *selfie* diri dengan aplikasi terkini yang menggunakan teknologi internet mendorong para produsen smartphone menciptakan teknologi smartphone yang berkapasitas seperti komputer PC.

Berikut tingkat penjualan smartphone berdasarkan merek pada tahun 2014 kuartal 3 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Penjualan Smartphone di Quartal 3 Tahun 2014

Perusahaan	Jumlah Unit Q3 2014 (dalam ribuan)	Pembagian Pasar Q3 2014	Jumlah Unit Q3 2013 (dalam ribuan)	Pembagian Pasar Q3 2013
Samsung	73.212	24,4 %	80.356	32,1 %
Apple	38.186	12,7 %	30.330	12,2 %
Huawei	15.934	5,3 %	11.665	4,7 %
Xiaomi	15.772	5,2 %	3.617	1,5 %
Lenovo	15.001	5,0 %	12.882	5,2 %

Sumber: <http://id.techinasia.com/laporan-penjualan-smartphone-q3-2014/>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pada tabel 1.1 Samsung mencapai angka tertinggi dalam jumlah unit penjualan pada Q3 sebanyak 73.212 (dalam ribuan) ,disusul pesaing terkuatnya yaitu Apple dengan jumlah unit 38.186 (dalam ribuan) di ikuti pesaing lain seperti Huawei,Xiaomi,dan Lenovo yang mencapai jumlah unit penjualan rata-rata 15.000 (dalam ribuan). Ini membuktikan samsung lebih bisa di terima oleh masyarakat indonesia yang mayoritas memiliki level ekonomi menengah ke bawah.

Berikut tingkat penjualan smartphone berdasarkan sistem operasi pada tahun 2014 kuartal 3 sebagai berikut :

Tabel 1.2

Penjualan Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi Kuartal 3 Tahun 2014

Sistem Operasi	Jumlah Unit Q3 2014 (dalam ribuan)	Pembagian Pasar Q3 2014	Jumlah Unit Q3 2013 (dalam ribuan)	Pembagian Pasar Q3 2013
Android	250.060	83,1 %	205.243	82 %
iOS	38.186	12,7 %	30.330	12,1 %
Windows Phone	9.033	3,0 %	8.916	3,6 %
BlackBerry	2.419	0,8 %	4.401	1,8 %

Sumber : <http://id.techinasia.com/laporan-penjualan-smartphone-q3-2014/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pada tabel 1.2 dalam segi sistem operasi Android merupakan pilihan yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, IOS tertinggal sangat jauh dengan selisih 211.874 (dalam ribuan). Ini membuktikan bahwa, android lebih menguasai pasar jauh dari IOS .

Di sini terlihat bahwa persaingan yang sangat menonjol ditunjukkan oleh Samsung dengan total pengguna hingga 39% bisa dibilang lebih mendominasi. Samsung tidak mau ketinggalan dengan produk apple ini terbukti dengan inovasi-inovasi terbaru mereka yang ditunjukkan oleh produk samsung S-series yaitu S6. Persaingan dalam segi kualitas dan citra merek inilah yang membuat kedua merek ini sangat dikenal dan menguasai pasar di indonesia.

Berikut kelemahan yang dimiliki iPhone 6 :

- a) Dari segi kamera, iPhone 6 memiliki kamera depan beresolusi 1.2MP meski sudah didukung berbagai fitur, namun resolusi kamera tersebut tidak sepadan dengan harga iPhone 6 yang terbilang mahal.
- b) Dari segi “Dapur pacu” iPhone 6 masih memiliki kekurangan karena masih didukung oleh prosesor bertenaga Dual-Core 1.4 GHz Cyclone, seharusnya dengan harga iPhone 6 yang sangat Fantastis tersebut sudah menggunakan prosesor Octa-Core.
- c) Dari segi pembekalan RAM , iPhone 6 hanya dibekali dengan ukuran RAM sebesar 1 GB untuk kegiatan *multitasking*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- d) Terakhir dari segi baterai, yakni iPhone 6 masih menggunakan baterai yang *non-removeable* yang artinya bila suatu saat ada kerusakan pada baterai maka, *user* harus membawanya ke service khusus.

Sumber oleh : www.smeaker.com/9361/kelebihan-dan-kelemahan-iphone-6/

B. Identifikasi Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pengguna iPhone 6?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna iPhone 6?
3. Faktor apa yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas pengguna iPhone 6 ?

C. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Obyek penelitian ini adalah iPhone 6 dengan merek Apple.
2. Subyek penelitian ini adalah responden pengguna iPhone 6.
3. Daerah penelitian ini adalah daerah Jakarta Pusat.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan iPhone 6.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan iPhone 6.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan iPhone 6.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Apple

Memberikan informasi kepada Apple, agar dapat mengetahui peran citra merek, kualitas dan loyalitas pada produk dan merek tersebut sehingga dapat mendesain citra serta kualitas produk yang lebih baik untuk peningkatan jumlah penjualan produk.

2. Bagi *Smartphone* lain

Dapat memberikan informasi atau masukan bagi *smartphone* lain agar, dapat mengerti dan memahami khususnya tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada *smartphone* Apple.

3. Bagi Akademis

Dapat dijadikan sebagai referensi bagi lingkungan akademis dalam upaya penambahan wawasan, baik secara teori maupun aplikasinya terutama mengenai citra merek dan kualitas produk.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.