



BAB I

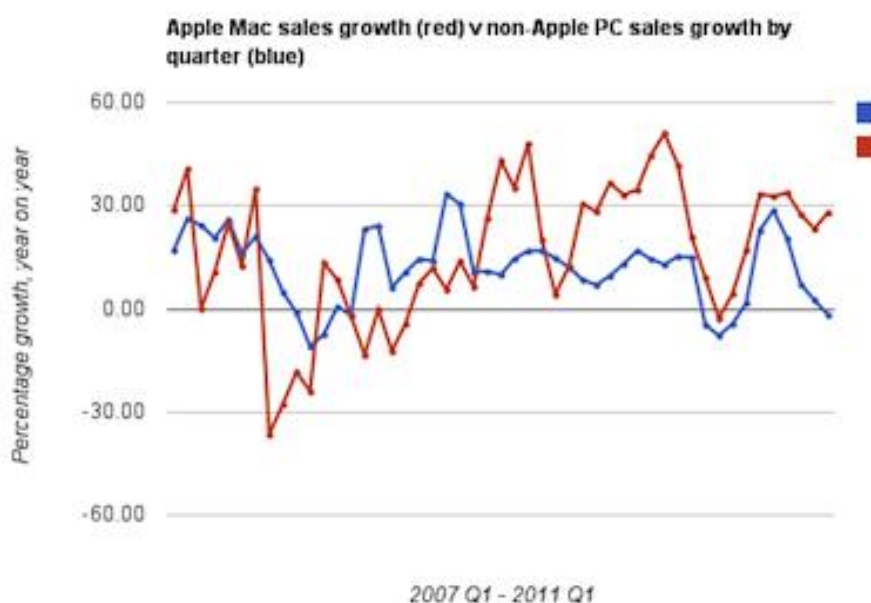
PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada era globalisasi pada saat ini semakin pesat dan mendorong semakin ketatnya persaingan di berbagai bidang usaha untuk menghasilkan barang dan jasa sejenis tetapi mempunyai keunggulan yang lain. Perusahaan-perusahaan di dunia berlomba untuk menciptakan produk yang berbeda dan unik. Salah satu teknologi yang berkembangannya sangat pesat adalah alat-alat telekomunikasi. (teknologi.kompasiana.com).

Beberapa *brand* yang bermain dalam industri teknologi dan elektronik ialah: Apple, Samsung, LG, HP, Sony. Menurut analisis Charles Wolf dari Needham, penjualan Apple Mac tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan pasar PC selama 20 kuartal terakhir.

Gambar 1.1 pertumbuhan penjualan Apple dan non Apple



Sumber: www. Gartner.com

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

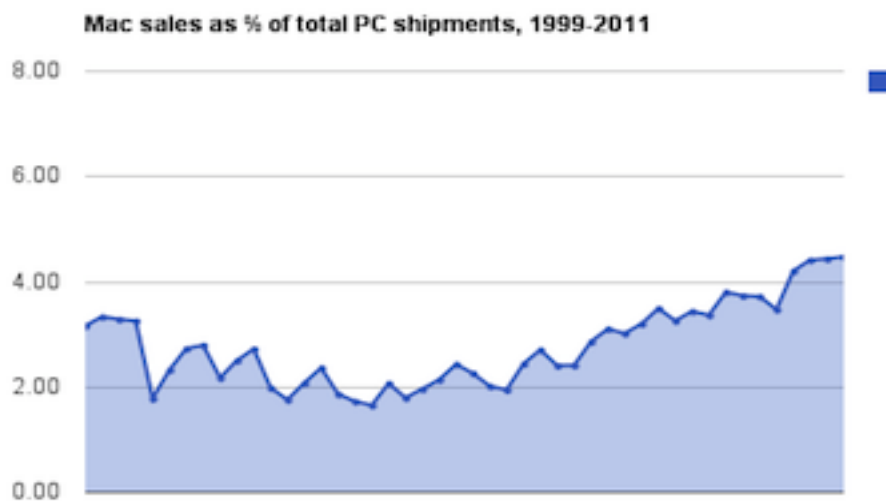
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Data penjualan kuartal pertama tahun 2013, Apple bertumbuh sebesar 27,7%, sedangkan pasar PC menurun 1,2% dari tahun ke tahun. Pertumbuhan Apple terjadi di semua pasar regional. Pertumbuhan di Eropa sebesar 10% terhadap pasar PC yang turun sebesar 17,5%. Di Asia naik 69,4% dan pasar PC naik 8,8%. (Sumber: *www.International Data Corporation.com*)

Gambar 1.2 *Market share Apple computer sejak 1999*



Sumber: *www.Gartner.com*

Sedangkan pada *smartphone*, pada US *market share* iPhone melambung sebesar 0,5 point dari bulan April 2013 sebesar 41,4% menjadi 41,9% pada bulan Mei 2013. *Market share* Apple meningkat sebesar 3,5 point dari tahun lalu. (*www.kantar survey.com*)

Analisis mengestimasi penjualan iPhone pada tiap kuartal; Steve Milunovich dari UBS memproyeksikan 24 juta iPhone akan habis terjual pada bulan Juni. Suisse mengestimasi bahwa penjualan iPhone di India akan meningkat dari 70,000 hingga 80,000 per bulan menjadi 400,000 (*www.forbes.com*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Berdasarkan definisinya *smartphone* memiliki:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sistem Operasi: Ini merupakan ciri yang paling utama dari sebuah *smartphone*. Ponsel bisa disebut *smartphone* kalau didalamnya sudah dibenamkan sebuah sistem operasi. Contoh dari sistem operasi Android, Symbian, Windows Mobile, iOS, dll.

Perangkat Keras: Setiap *smartphone* harus memiliki dukungan perangkat keras yang mumpuni untuk dapat menjalankan sistem operasi yang telah dibenamkan di dalamnya. Perangkatnya sama dengan sebuah PC hanya saja dalam ukuran yang kecil.

Pengolah Pesan: Satu lagi hal yang didapat dalam *smartphone* yaitu pengolah pesan yang lebih dari ponsel biasanya. *Smartphone* memiliki keunggulan dalam mengolah pesan yaitu berupa pesan elektronik (e-mail).

Mengakses Internet Web: Kemampuan lain yang dimiliki oleh sebuah *smartphone* adalah bisa digunakan mengakses web/internet dan konten yang disajikan di *broswernya*, sudah hampir mendekati seperti layaknya kita mengakses web lewat computer.

Aplikasi: Hal yang membuat menyenangkan adalah *smartphone* dapat dijejali berbagai aplikasi asalkan aplikasi tersebut sesuai dengan sistem operasi yang ada. Biasanya untuk memasang aplikasi para produsen *smartphone* telah menyediakan tempat khusus untuk berbelanja aplikasi.

Keyboard qwerty: Ini adalah yang membuat tampilan *smartphone* terlihat begitu berbeda, dia memiliki *keyboard qwerty*. Walau saat ini sudah banyak ponsel biasa yang mengusung keyboard semacam ini. Namun *keyboard qwerty* pertama kali diadopsi oleh *smartphone*.

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.



Office: Kelebihan lainnya adalah aplikasi pengolah data-data office. Setiap

smartphone memiliki kemampuan semacam ini yang dapat diperoleh dengan menginstal aplikasi office. Aplikasi semacam ini dapat diinstal sendiri ataupun bawaan dari pabrikan. (www.tahuinfo.com).

Berdasarkan TOM *smartphone* Survey ditentukan berdasarkan level TOM (*top of mind brand awareness*) tertinggi yang berhasil diraih oleh Apple dibandingkan pesaingnya dalam kategori yang sama.

Tabel 1.1
TOM Kategori Smartphone

Top Smartphone OEMs 3 Month Avg. Ending Jan. 2013 vs. 3 Month Avg. Ending Oct. 2012 Total U.S. Smartphone Subscribers Age 13+ Source: comScore MobiLens			
	Share (%) of Smartphone Subscribers		
	Oct-12	Jan-13	Point Change
Total Mobile Subscribers	100.0%	100.0%	N/A
Apple	34.3%	37.8%	3.5
Samsung	19.5%	21.4%	1.9
HTC	11.4%	9.7%	-1.7
Motorola	10.0%	8.6%	-1.4
LG	6.7%	7.0%	0.3

Sumber: www.Score Mobilens.com

Refleksi pada penjualan dan *market share* yang memiliki tren meningkat seperti gambar diatas menunjukkan bahwa produk-produk Apple tersebut dinilai baik oleh konsumen di seluruh dunia. Secara garis besar penilaian tersebut didapat dari persepsi konsumen baik secara *brand image*, *brand trust*, dan *perceived quality*, menghasilkan suatu loyalitas pada produk-produk Apple yang dapat dicermati pada grafik penjualan dan *market share* produknya.

Secara *brand image* konsumen menilai bahwa jumlah aplikasi dan games pada produk Apple lebih banyak dibandingkan dengan *smartphone* lain, produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Apple mempunyai kontrol yang ketat terhadap kualitas aplikasi yang ada di *apps store*, performa dan kualitas dalam menjalankan aplikasi atau games lebih bagus dibandingkan dengan *smartphone* lainnya, *device-device* lama bisa mendapat *update OS* walau secara *hardware* jauh tertinggal, pelopor *cloud computing* atau media penyimpanan data secara *online*, garansi *device* internasional, harga jual produk Apple lebih stabil. (www.komputologi.com)

Sejumlah orang yang belum pernah menggunakan produk-produk Apple barangkali sebenarnya sangat penasaran dan ingin memilikinya. Tapi karena terbentur dengan harga yang mahal, beberapa orang lebih memilih produk di luar Apple sehingga sisa dana yang ada bisa digunakan untuk hal lain, seperti melengkapi produk itu dengan berbagai aksesoris. Bahkan harga sebuah *MacBook*, misalnya, bisa Anda gunakan untuk membeli dua produk laptop dengan merek lain.

Lalu kenapa harga produk Apple bisa begitu mahal? Dari beberapa sumber yang kami himpun, ada sejumlah alasan kenapa Apple menjual produk-produknya jauh di atas produk sejenis yang dikeluarkan produsen lain:

1. Kualitas

Setiap bagian yang ada pada sebuah produk Apple tidak perlu lagi diragukan kualitasnya. Ini karena Apple secara khusus menunjuk para produsen *hardware* yang mendukung produk-produk Apple. Yang berarti, Apple telah melakukan test kepatutan atas *hardware* tersebut. Dijamin, semua produk Apple berumur panjang.

2. Hardware

Semua komponen yang ada pada sebuah produk Apple menjadi hak milik Apple. Ini berarti Anda tidak bisa mengganti-ganti komponen tersebut dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



komponen lain. Hal seperti ini tentu saja sangat berbeda jika dibandingkan dengan sebuah *PC desktop*, misalnya. Seperti yang Anda tahu, *PC desktop* memungkinkan Anda untuk mengganti setiap hardware yang ada selama itu kompatibel, sehingga menciptakan sebuah *PC desktop* baru dengan *specs* baru. Apple tidak memperkenankan hal itu demi menjaga kualitas produk mereka. Selain itu, kontrol *hardware* ini juga akan membuat produk-produk Apple lebih handal dan awet dibanding sebuah produk yang menjalankan *OS Windows* yang kerap mengalami masalah karena *hardware* yang ada dibuat oleh para produsen yang berbeda-beda.

3. Kemudahan

Untuk setup *MacBook* baru, misalnya, Anda tidak memerlukan berbagai macam kelengkapan dan setting berbagai hal untuk mengaktifkannya. Tinggal masukkan ID dan dalam 3 menit *MacBook* siap digunakan. Laptop *Windows* memerlukan 10-15 menit untuk melakukan hal yang sama.

4. Anti Virus

Komputer dari Apple adalah produk-produk anti virus. Anda tentu pernah mengalami *PC desktop* yang tidak bisa digunakan hanya karena ulah virus yang menyerang sistem *Windows* pada komputer itu. Dengan Apple, Anda tidak akan mengalaminya. Dengan kata lain, Anda bisa mengandalkan produk-produk keluaran Apple. Kualitas dan keawetannya tidak perlu diragukan.

Apple masih menguasai pangsa pasar sebanyak 82 persen dengan pendapatan 1,7 miliar dolar AS. (taufik ranchman/2010)

Source: www.apple.gopego.com/2011/01/kenapa-harga-produk-produk-apple-sangat-mahal

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.



Fenomena persaingan dalam era globalisasi ini, menuntut para pemasar untuk mengembangkan dan berusaha merebut *market share* (pangsa pasar) yang ada, dan untuk mencapai keadaan tersebut diperlukan *brand* (merek). *Brand* yang mampu mempersepsikan produknya seperti cara konsumen mempersepsikan *brand*, akan tercipta *brand image*. Menurut Durianto, Sugiarto, Sitinjak (2001:2), Semakin kuat suatu *brand*, makin kuat pula interaksinya dengan konsumen dan makin banyak *brand association* (asosiasi merek) yang terbentuk dalam *brand* tersebut. Jika *brand association* yang terbentuk memiliki kualitas dan kuantitas yang kuat, potensi ini akan meningkatkan *brand image*. Apabila perusahaan telah mampu menciptakan *brand image* yang baik di dalam benak konsumen, hal itu dapat memudahkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, karena dalam benak konsumen sudah timbul *brand trust* (kepercayaan merek). *Brand trust* juga dapat timbul dari pengalaman (*experience*) konsumen akan *brand* yang pernah digunakan atau dapat juga dari pengalaman orang lain. Jika *brand image* dan *brand trust* telah tertanam dalam pikiran konsumen dan terjadi pembelian ulang (*repurchase*) terhadap *brand* tersebut sehingga timbul adanya keterkaitan konsumen pada *brand* (*brand loyalty*).

Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Ming, Hishamuddin, dan Rahsia (2011: 72) mengatakan bahwa *brand image* (citra merek) yang baik merupakan faktor dominan yang kuat dari tingkat *customer trust* (kepercayaan konsumen) dan akhirnya memperkuat *customer loyalty* (loyalitas konsumen). *Consumer trust* (kepercayaan konsumen) terhadap suatu *brand* tertentu dapat menyebabkan *attitudinal brand loyalty* (sikap loyalitas merek). Hubungan antara kepercayaan konsumen dan loyalitas telah didukung dalam beberapa penelitian. Seperti Chiou dan Droge (2006) menunjukkan bahwa *trust* memiliki efek langsung terhadap

C 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



attitudinal loyalty dan tidak langsung melalui kepuasan. Sichtman (2007) mengatakan bahwa *trust* memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumen, seperti pemilihan produk yang ada dan baru dan *word – of- mouth* (WOM) tentang merek kepada pelanggan lain.

Durianto, Sugiarto, Sitinjak telah membahas peran *brand loyalty* yang telah diperkuat merupakan hal penting dalam merespon inovasi yang dilakukan para pesaing. *Brand loyalty* adalah salah satu kategori *brand equity* yang diperbaharui oleh kategori *brand equity* lainnya.

Sebelum membantu mendirikan Apple, Steve Wozniak adalah seorang hacker elektronik. Pada tahun 1975, dia bekerja di Hewlett-Packard dan membantu temannya Steve Jobs mendisain video game untuk Atari. Pada saat itu, Wozniak telah membeli computer time pada bermacam jenis *mini computer* yang di-host oleh *Call Computer*, sebuah perusahaan *timesharing*. *Terminal computer* pada saat itu mayoritas berbasis kertas; *thermal printer* seperti *Texas Instruments Silent 700* adalah terminal yang paling maju. Wozniak melihat sebuah artikel di majalah bernama *Popular Electronics* edisi 1975 yang berisikan bagaimana cara untuk membuat *terminal computer* sendiri. Menggunakan alat-alat yang dapat dibeli di toko, Wozniak merancang dan membuat komputer bernama *Computer Conversor*, Sebuah *video teletype* yang bisa dipakai untuk mengakses *mini computer* di *Call Computers*. Disainnya kemudian dibeli oleh *Call Computers* dan beberapa unit terjual Pada tahun 1975 Wozniak mulai menghadiri pertemuan sebuah klub bernama *Homebrew Computer Club Microcomputer* baru seperti Altair 8800 dan IMSAI menginspirasi untuk memasang sebuah mikroprosesor pada *video teletype*-nya untuk menjadikannya sebuah unit komputer yang lengkap.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 saat itu CPU yang banyak tersedia adalah Intel 8080 seharga \$US

179 dan Motorola 6800 seharga \$US 170. Wozniak lebih tertarik pada Motorola 6800 tetapi harganya terlalu mahal. Dia pun kemudian sadar dan hanya mendisain komputer di atas kertas.

Ketika *MOS Technology* memproduksi *chip* 6502 pada tahun 1976 dengan harga \$US 20, Wozniak membuat sebuah versi *BASIC* untuk *chip* tersebut dan mulai mendisain sebuah komputer untuk menjalankannya. *Chip* 6502 didisain oleh orang yang sama yang telah mendisain Motorola 6800. Wozniak kemudian berhasil membuat komputer tersebut dan membawanya ke pertemuan-pertemuan *Homebrew Computer Club* untuk dipamerkan. Pada satu pertemuan Wozniak bertemu teman lamanya Steve Jobs yang tertarik akan potensi komersialisasi komputer-komputer kecil. Steve Jobs dan Steve Wozniak sudah berteman sejak lama. Bertemu pertama kali pada tahun 1971 ketika seorang teman memperkenalkan Wozniak yang saat itu berumur 21 tahun kepada Jobs yang saat itu baru berumur 16 tahun. Jobs berhasil membujuk Wozniak untuk membuat komputer dan menjualnya. Jobs mendekati sebuah toko komputer lokal *The Byte Shop* yang tertarik untuk membeli komputer tetapi hanya komputer yang sudah terpaket lengkap, pemilik toko tersebut Paul Terrell mengatakan ia siap membeli 50 unit seharga \$US 500 satunya.

Komputer buatan Wozniak hanya memiliki beberapa kelebihan. Salah satunya dapat menggunakan TV sebagai monitor di mana saat itu banyak komputer tidak memiliki monitor sama sekali. Monitor ini bukanlah seperti monitor modern dan hanya menampilkan teks dengan kecepatan 60 karakter per detik. Komputer ini bernama Apple I dan memiliki kode *bootstrap* pada ROM-nya yang membuatnya lebih mudah untuk dihidupkan. Akhirnya dengan paksaan

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Paul Terrell Wozniak juga mendisain sebuah mekanisme kaset untuk membuka dan menyimpan program dengan kecepatan 1,200 bits/detik, sebuah kecepatan yang cukup tinggi pada saat itu. Walaupun komputer tersebut cukup sederhana disainnya adalah sebuah *masterpiece*, menggunakan jumlah komponen yang jauh lebih sedikit dengan komputer-komputer sejenisnya dan berhasil memberi reputasi kepada Wozniak sebagai seorang *master designer* dengan cepat.

Dibantu oleh satu orang lagi teman Ronald Wayne, bertiga mereka mulai memproduksi komputer tersebut. Dengan menggunakan berbagai cara termasuk meminjam ruangan dari teman dan keluarga, menjual bermacam harta pribadi (seperti kalkulator dan sebuah mobil VW Combi), memulung dan sedikit menipu. Jobs berhasil mendapatkan komponen-komponen yang dibutuhkan untuk produksi sementara Wozniak dan Wayne membuat komputer-komputer tersebut. Selesai dan dikirim pada bulan Juni, mereka dibayar sesuai janji oleh Paul Terrell. Pada akhirnya, 200 unit Apple I diproduksi.

Tapi Wozniak sudah lebih maju daripada Apple I. Banyak elemen *design* Apple I dibuat karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh mereka untuk membuat sebuah *prototype*. Tapi dengan pendapatan dari penjualan Apple I, dia bisa memulai produksi komputer yang lebih canggih, Apple II; Apple II diperkenalkan kepada publik pada *West Coast Computer Faire* pada bulan April 1977.

Perbedaan utama dengan Apple I adalah tampilan TV yang didesign total, di mana tampilan disimpan di memori. Dengan cara ini monitor tidak hanya bisa menampilkan teks juga bisa menampilkan gambar dan pada akhirnya warna. Pada saat yang sama Jobs menekankan disain *casing* dan *keyboard* yang lebih baik dengan pemikiran bahwa komputer tersebut harus lengkap dan siap langsung

C 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.



dinyalakan. Apple I hampir bisa seperti itu namun pengguna masih harus memasang berbagai macam komponen dan menulis kode untuk menjalankan BASIC. . Kendati demikian, hal tersebut tersebut tidak mematahkan semangat Apple untuk meraih *market share*. Slogan Apple adalah "*Think Different*" and "*The Computer for The Rest of Us*", Menyadari membuat komputer seperti itu akan memakan banyak biaya. Jobs mulai mencari uang tunai namun Wayne sedikit ragu karena ia pernah mengalami kegagalan perusahaan empat tahun sebelumnya dan akhirnya keluar dari perusahaan. Jobs akhirnya bertemu dengan Mike Markkula yang menjamin pinjaman bank sebanyak \$US 250.000 dan mereka bertiga membentuk perusahaan Apple *Computer* pada 1 April 1976. Dengan dana dan disain bentuk yang baru, Apple II dilepas pada tahun 1977 dan menjadi komputer yang biasanya diasosiasikan dengan munculnya pasar PC. Jutaan unit terjual sampai tahun 1980an. Ketika Apple *go public* pada tahun 1980, mereka menghasilkan dana terbanyak sejak Ford *go public* pada tahun 1956. Itulah yang membuat Apple mampu bersaing dan bertahan dalam industri teknologi. Kebanggaan itu tidak langsung membuat Apple begitu saja, karena tantangan di era globalisasi ini menuntut untuk selalu siap bersaing. Apple tetap berupaya untuk terus membangun *brand trust* dengan cara memperkuat citranya di benak konsumen. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas berperan penting dibandingkan kepuasan, karena rasa puas saja tidak menjamin seorang konsumen akan kembali mengkonsumsi produk atau *brand* yang pernah konsumen coba. Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian sederhana dengan judul : "Pengaruh *Perceived quality, brand image, brand trust* terhadap *Brand loyalty* Apple di Jakarta.

C 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Beberapa uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi adanya masalah – masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *brand loyalty* Apple?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty* Apple?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *brand trust* apple?
4. Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *Brand image* Apple?
5. Bagaimana pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* Apple?

C. Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki batasan – batasan penelitian yang diantaranya adalah :

1. Objek yang akan diteliti adalah *komputer dan elektronik* dengan merek Apple.
2. Ruang lingkup penelitian meliputi wilayah Jakarta.
3. Penelitian dilakukan kepada subjek penelitian, yaitu konsumen yang menggunakan Computer dan elektronik dengan merek Apple.
4. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2013 - Juli 2013.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *loyalty* melalui *brand image* dan *brand trust* sebagai variable-variabel mediasi?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan dan mengetahui gambaran tentang variabel – variabel penelitian yaitu :

© 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.



1. Pengaruh *perceived quality* terhadap *brand image* Apple di kawasan Jakarta.
2. Pengaruh *perceived quality* terhadap *brand loyalty* Apple di kawasan Jakarta.
3. Pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty* Apple di kawasan Jakarta.
4. Pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* Apple di kawasan Jakarta
5. Pengaruh *brand image* terhadap *brand trust* Apple di kawasan Jakarta

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk dapat mengevaluasi dan meningkatkan strategi yang telah dilakukan untuk mempertahankan *brand loyalty* Apple melalui peningkatan elemen *perceived quality* dan *brand image* dan *brand trust* konsumen.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui *brand image*, *brand trust* dan pengaruhnya terhadap *brand loyalty*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie