

BAB 1

PENDAHULUAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi yang pesat di dunia saat ini dan diikuti oleh konsumen yang semakin cerdas pula, membuat banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk memengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Kehadiran pesaing juga menjadikan perbedaan dari sebuah produk menjadi semakin sedikit. Persaingan di industri yang semakin ketat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi yaitu terjadi pada persaingan dalam pasar gawai atau *smartphone*.

Kebutuhan konsumen dalam mencari gawai semakin meningkat. Gawai yang dimiliki harus memenuhi fitur yang menunjang kebutuhan sehari-hari dan mampu untuk menggantikan fungsi komputer, mulai dari komunikasi, pengiriman e-mail, *mobile banking*, *mobile gaming*, berbelanja online, koneksi ke jaringan 5G, bahkan hanya untuk berbagi aktivitas sehari-hari di berbagai media sosial. Kondisi inilah yang menjadi penyebab meningkatnya permintaan kebutuhan pada gawai.

Secara global, pertumbuhan pengguna gawai di dunia yang diberitakan oleh *Stock Apps* pada bulan Juli tahun 2021 mencapai 5,3 miliar. Jumlah ini mencakup lebih dari separuh populasi dunia, yang diperkirakan berjumlah 7,9 miliar jiwa, atau 67% dari total populasi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, 167 juta penduduk Indonesia, atau sekitar 89% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 272,68 juta jiwa menggunakan gadget. (GoodStats, 2022).

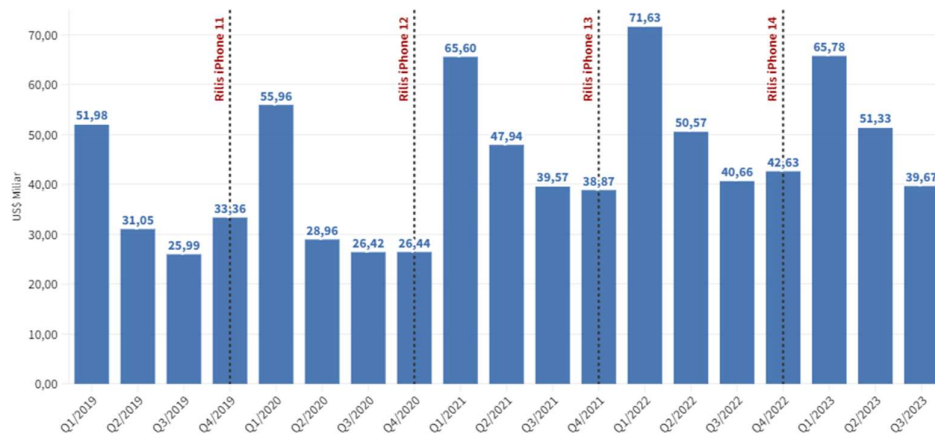
Salah satu merek gawai terkenal di pasar Indonesia adalah Apple. Inc yang diperkenalkan pada tahun 2007. Apple merupakan bisnis teknologi yang berhasil menciptakan persepsi merek yang kuat di kalangan konsumen. Ini dapat dibuktikan dengan posisi Apple sebagai salah satu produsen gawai terkemuka yang terus

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.



meningkat setiap tahunnya, didorong oleh permintaan yang kuat terhadap salah satu produk mereka yaitu iPhone (Teknologi Bisnis, 2022). Detail pendapatan Apple dari penjualan iPhone selama kuartal I 2019 hingga kuartal III 2023, dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 1.1
Pendapatan Apple dari Iphone Kuartal I/2019 - Kuartal III/2023



Sumber: Data Indonesia (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh Apple dari penjualan iPhone sering mengalami peningkatan setelah meluncurkan seri terbaru. Hal ini dapat diamati dari data laporan keuangan Apple selama kuartal pertama dalam empat tahun terakhir. Secara spesifik dijelaskan bahwa pendapatan Apple meningkat dari tahun 2020 sampai 2022, namun mengalami penurunan pada kuartal II tahun 2023.

Pada kuartal I tahun 2020, pendapatan iPhone mengalami peningkatan sebesar 67,75% dibandingkan kuartal sebelumnya ketika Apple merilis iPhone 11. Kenaikan pendapatan juga terjadi pada kuartal I tahun 2021 sebesar 148,11% setelah Apple merilis iPhone 12 pada bulan Oktober 2020. Setelah meluncurkan iPhone 13 pada September 2021, kuartal 1 tahun 2022 juga melambung sebesar 84,28%. Pada kuartal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



I tahun 2023 kembali mengalami peningkatan sebesar 54,30% setelah Apple merilis iPhone 14 pada September 2022. Namun, pada kuartal II tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 22,72% dibandingkan pada tiga bulan sebelumnya yaitu sebesar US \$51,33 miliar (Data Indonesia, 2022).

Walaupun mengalami penurunan, CEO Apple, Tim Cook menyatakan bahwa perusahaan Apple akan tetap fokus pada pengembangan produk dalam jangka panjang (Make Mac, 2023). Selain pendapatan yang diperoleh dari penjualan iPhone, Apple juga berhasil memperoleh keuntungan yang cukup besar dari jasa layanan mereka dengan jumlah US \$20,7 miliar pada Kuartal I tahun 2023. Sementara itu, pendapatan dari penjualan aksesoris mencapai US \$13,48 miliar, pemasukan dari penjualan Mac sebesar US \$39 miliar serta penjualan iPad sebesar US \$9,3 miliar.

Dalam industri gawai, terdapat lima merek yang menduduki tempat teratas di tahun 2023. Untuk lebih lengkapnya terlihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Jumlah Pengguna Gawai secara Global berdasar pada
Merek Gawai Tahun 2023

Top 5 Companies, Worldwide Smartphone Shipments, Market Share, and Year-Over-Year Growth, Q1 2023
(Preliminary results, shipments in millions of units)

Company	1Q23 Shipments	1Q23 Market Share	1Q22 Shipments	1Q22 Market Share	Year-Over-Year Change
1. Samsung	60.5	22.5%	74.6	23.7%	-18.9%
2. Apple	55.2	20.5%	56.5	18.0%	-2.3%
3. Xiaomi	30.5	11.4%	39.9	12.7%	-23.5%
4. OPPO	27.4	10.2%	29.3	9.3%	-6.7%
5. vivo	20.5	7.6%	25.3	8.0%	-18.8%
Others	74.5	27.7%	88.9	28.3%	-16.2%
Total	268.6	100.0%	314.5	100.0%	-14.6%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, April 27th, 2023

Sumber: Doran Gadget (2022)

Menurut *International Data Corporation* (IDC), Samsung masih menduduki peringkat atas sebagai merek gawai terbaik pada kuartal I tahun 2023 yang dimana

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.



kondisi ini masih sama dengan tahun sebelumnya. Setelah Samsung yaitu Apple menduduki peringkat kedua dengan pangsa pasar sebesar 20,5%, diikuti oleh Xiaomi dengan pangsa pasar 11,4%. Oppo menempati peringkat keempat dengan pangsa pasar 10,2%, sementara Vivo berada di peringkat terakhir dengan pangsa pasar sebesar 7,6% (Doran Gadget, 2022). Dengan pertumbuhan berbagai merek gawai yang beredar, konsumen semakin cenderung mempertimbangkan keputusan pembelian mereka.

Nurhayati (2023:31) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah membuat penilaian tentang apa yang akan dibeli pelanggan menggabungkan pengetahuan mereka untuk memilih antara dua atau lebih alternatif yang tersedia yang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan, dan lain-lain.

Kualitas dalam dunia bisnis saat ini adalah poros untuk mengatur keunggulan dan kepuasan tertinggi bagi pelanggan (Putri. 2022:1). Arinawati dan Suryadi (2021:164) menjelaskan bahwa sejauh mana suatu benda dapat memenuhi tujuannya disebut kualitas. Daya tarik produk, spesifikasi, bahan, proses pembuatan, dan pengetahuan proses produksi merupakan faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk. Pengujian dan pemantauan yang teratur dan terintegrasi diperlukan bagi setiap bisnis untuk menjamin kualitas produk.

Membicarakan kualitas, iPhone selalu masuk dalam daftar gawai dengan kualitas kamera terbaik. Fakta ini didukung oleh hasil survei Jajak Pendapat (JakPat) pada tahun 2022, dimana 74,2% responden menyatakan kesetiaan mereka terhadap iPhone dikarenakan kualitas kamera yang sangat baik. iPhone hadir dengan beragam fitur kamera yang mempermudah penggunaannya. Tidak hanya mengedepankan besaran megapixel, iPhone lebih menekankan pada kualitas pengolahan gambar

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.



untuk mencapai hasil yang lebih baik. Faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi banyak konsumen dalam memutuskan untuk membeli iPhone.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satriani Adaming tahun 2019 menyelidiki pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga. Temuan dari penelitian tersebut membuktikan citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga secara simultan memengaruhi keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, faktor lain yang dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian adalah citra merek. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya oleh Asep Sarippudin, Iis Dewi Fitriani, dan Wandy Zulkarnaen tahun 2019 yang meneliti dampak citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen, dijelaskan bahwa faktor citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Debi et al. (2021:118) segala sesuatu yang berkaitan dengan opini atau persepsi konsumen terhadap merek suatu produk dikenal sebagai citra merek. Pengaruh citra merek sangat memengaruhi keputusan pembelian karena konsumen sering mempertimbangkan seberapa baik citra merek tersebut. Pelanggan lebih cenderung mempertimbangkan untuk membeli produk jika mereka memiliki persepsi positif terhadap merek tersebut. Bisnis yang berhasil menciptakan identitas merek yang kuat dan menyediakan produk berkualitas tinggi akan menguasai pasar dan mampu menggunakan berbagai teknik pemasaran.

Apple terkenal dengan strategi pemasaran yang inovatif dan *branding* yang kuat. Perusahaan ini berhasil menggambarkan produknya sebagai simbol status, keunggulan teknologi, dan kreativitas. Melalui kampanye iklan yang khas dan kehadiran yang aktif di media sosial, Apple terus membangun kesadaran merek secara global (JurnalPost, 2023). Meskipun iPhone dijual secara umum, citra merek iPhone memberikan penggunaannya kebanggaan tersendiri. Desain iPhone yang simpel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

dan elegan serta ukurannya yang tidak besar dan tipis memberikan kesan modern pada produk tersebut.



1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan batasan penelitian sebagai berikut:

- 1.4. 1 Objek Penelitian : iPhone
- 1.4. 2 Subjek : Pengguna iPhone
- 1.4. 3 Tempat : DKI Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat teridentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.2. 1 Apakah teknologi berpengaruh terhadap kebutuhan dalam pembelian gawai?
- 1.2. 2 Apakah kualitas kamera menjadi satu-satunya pertimbangan konsumen dalam membeli iPhone?
- 1.2. 3 Apakah kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian iPhone?
- 1.2. 4 Apakah citra merek memengaruhi keputusan pembelian iPhone?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini hanya akan meneliti tentang:

- 1.3. 1 Apakah kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian iPhone?
- 1.3. 2 Apakah citra merek memengaruhi keputusan pembelian iPhone?

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.



1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian, maka rumusan masalahnya adalah apakah kualitas produk dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian iPhone di DKI Jakarta?

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- 1.6.1 Untuk mengetahui kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian iPhone di DKI Jakarta.
- 1.6.2 Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian iPhone di DKI Jakarta.
- 1.6.3 Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian iPhone di DKI Jakarta.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1.7.1 Perusahaan

Tujuan dari penelitian ini adalah memberi masukan kepada perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap pembelian iPhone. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk memberi informasi yang berguna dalam mengevaluasi dan meningkatkan citra merek pada perusahaan Apple. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk memahami karakteristik konsumen berdasarkan sampel yang telah diambil. Informasi ini dapat menjadi pedoman untuk meningkatkan penjualan iPhone dengan memperhatikan kualitas

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.



produk dan citra merek perusahaan yang dimana menjadi faktor keputusan pembelian di DKI 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

1.7.2 Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi atau sumber informasi bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian pada bidang kualitas produk dan citra merek perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, terutama yang terkait dengan pengaruh kualitas produk dan citra merek pada keputusan pembelian.

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.