

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era sekarang yang biasa dikenal dengan era revolusi industri 4.0, perkembangan internet semakin melonjak setiap tahunnya. Hampir semua bidang menggunakan internet baik bidang pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya. Internet tidak hanya digunakan oleh orang dewasa namun, anak-anak usia dini banyak telah mengakses internet. Bahkan dijumpai beberapa sekolah Taman Kanak-Kanak (TK) sudah ada yang menggunakan internet dalam media pembelajaran. Hal tersebut karena internet sangat mudah untuk diakses kapan saja dan dimana saja.

Internet dapat diakses melalui berbagai cara. Akses internet dapat dilakukan pada *PC*/komputer. Cara mengakses internet pun sangat mudah yaitu hanya dengan menghubungkan komputer dengan jaringan *wi-fi*. Selain pada komputer, internet juga dapat diakses melalui *Smartphone/handphone*. Sama dengan komputer, penggunaan internet pada telepon pintar ini sangat mudah yaitu hanya diperlukan data seluler/jaringan *wi-fi* maka internet dapat diakses. Namun masyarakat pada umumnya lebih mudah mengakses internet melalui *smartphone* hal ini karena bentuknya yang kecil dan mudah dibawa kemana-mana. Akses internet pun dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Tabel 1.1 berikut merupakan data pengguna Internet di Indonesia dari tahun ke tahun.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015-2023**

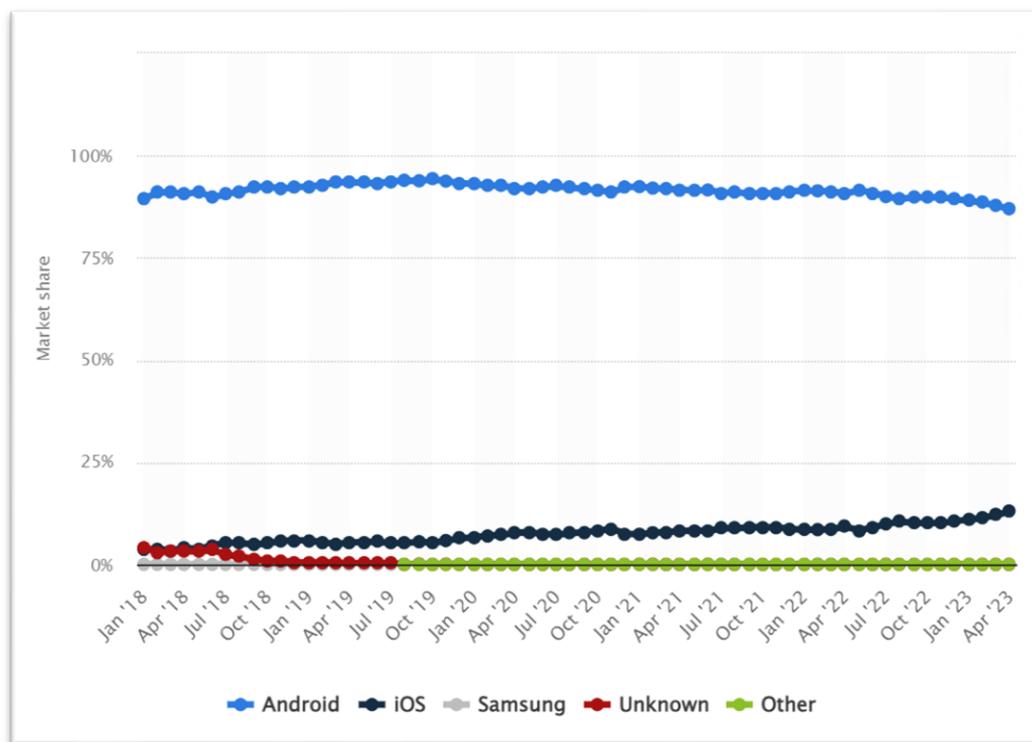
No.	Tahun	Jumlah Pengguna Internet
1	2015	110,2 juta
2	2016	132,7 juta
3	2017	143,26 juta
4	2018	171,17 juta
5	2019-2020	196,71 juta
6	2021-2022	210,03 juta
7	2022-2023	215,63 juta

Sumber: Data APJII

Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215 Juta Jiwa pada 2023, jumlah tersebut naik sejumlah 1,17%. Tingkat penetrasi internet di Indonesia tercatat meningkat menjadi 78,19% pada 2023, dari persentase tahun sebelumnya, yakni 77,02%. Pengguna internet ini bukan hanya pada kalangan remaja saja namun dari anak kecil sampai orang dewasa juga banyak yang menjadi pengguna internet. Semua kalangan menggunakan internet dikarekakan pada era digital ini seluruh aktivitas maupun berita lebih mudah menyebar dan diakses melalui internet. Era digitalisasi tentu tidak dapat lepas dari penggunaan internet. Penggunaan internet dapat memudahkan dan memajukan aktivitas digital.

Pemilihan *smartphone* tentu sangat diperhatikan oleh masyarakat. Tentunya masyarakat akan memilih *smartphone* dengan spesifikasi terbaik dan dengan harga yang terjangkau. Namun pemilihan *smartphone* tersebut kembali ke masing-masing individu karena kebutuhan masing-masing individu berbeda-beda. Ada yang

membutuhkan *smartphone* dengan kamera yang bagus, ada yang memperhatikan sistem untuk main game, dan lain sebagainya. Pada zaman sekarang semakin banyak merek smarthphone tentu masyarakat harus bijak dalam memilih smarthphone yang akan digunakan atau dibeli (Faris Nurrohman, 2018). Gambar 1.1 berikut merupakan data persebaran pangsa pasar sistem operasi seluler di Indonesia:



**Gambar 1. 1**  
**Pangsa Pasar Sistem Operasi Seluler di Indonesia Tahun 2018-2023**

Sumber: Data Statista.com

Menurut grafik diatas, pengguna Android masih menduduki angka tertinggi pasar smartphone namun grafik menunjukkan keadaan yang fluktuatif atau naik turun

setiap tahunnya. Sedangkan pengguna iphone semakin tahun semakin meningkat. Tidak sedikit masyarakat memilih *smartphone* keluaran dari *Apple*. Kebanyakan kalangan menengah sampai kalangan atas lebih banyak menggunakan iphone. Karena bagi beberapa orang spesifikasi yang dimiliki iphone tersebut dirasa lebih baik dibandingkan *smartphone* lain. Namun sebelum membeli iphone tentu banyak hal yang perlu diperhatikan seperti *Electronic Word Of Mouth/E-WOM* dan kualitas dari produk tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Iphone di Toko Juragan Iphone Jombang Agustus 2022-Juli 2023**

No	Bulan	Penjualan
1	Agustus 2022	232
2	September 2022	233
3	Oktober 2022	196
4	November 2022	183
5	Desember 2022	216
6	Januari 2023	192
7	Februari 2023	138
8	Maret 2023	88
9	April 2023	149
10	Mei 2023	129
11	Juni 2023	166
12	Juli 2023	122

Sumber: Data Penjualan Toko Juragan Iphone Jombang

Data yang peneliti dapatkan dari salah satu toko Iphone di kota Jombang yaitu Juragan Iphone Jombang, meunjukkan bahwa penjualan pada satu tahun terakhir mengalami fluktuatif atau kondisi yang berubah ubah. Penjualan pada September 2022 mengalami kenaikan daripada pada bulan Agustus 2022. Lalu bulan Oktober 2022-November 2022 mengalami penurunan. Desember 2022 mengalami kenaikan lalu di bulan Januari 2023-Maret 2023 mengalami penurunan penjualan. Pada April

2023 mengalami kenaikan penjualan. Lalu bulan Mei 2023 mengalami penurunan. Juni 2023 mengalami kenaikan dan Juli 2023 mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Iphone selalu mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti *E-WOM* dan Kualitas produk.

Selain data dari toko Juragan Iphone Jombang, berikut merupakan data dari toko iphone lain yang berada di Kota Jombang yaitu Genius Phone.

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Iphone di Toko Genius Phone Jombang Oktober 2022-September 2023**

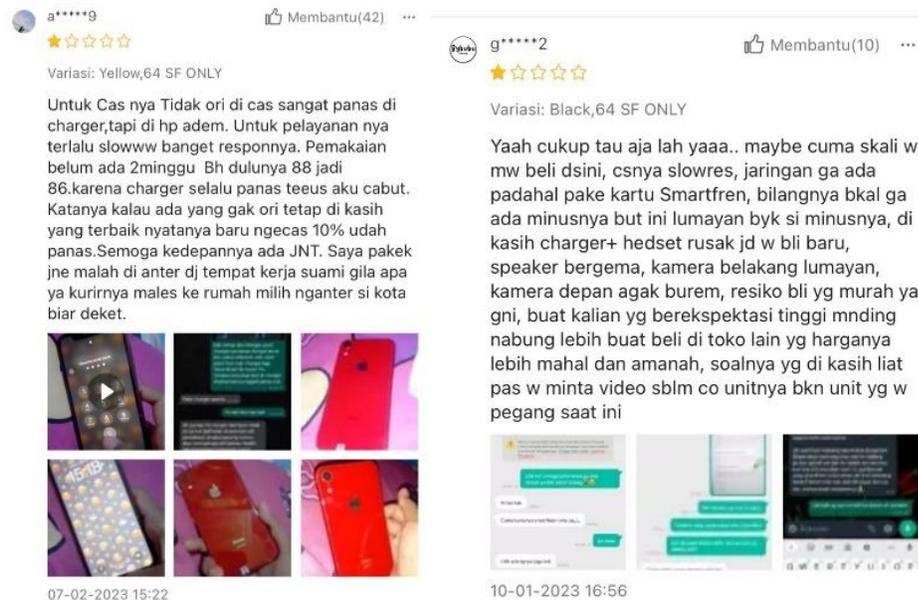
No	Bulan	Penjualan
1	Oktober 2022	97
2	November 2022	94
3	Desember 2022	92
4	Januari 2023	94
5	Februari 2023	97
6	Maret 2023	99
7	April 2023	98
8	Mei 2023	95
9	Juni 2023	93
10	Juli 2023	90
11	Agustus 2023	98
12	September 2023	99

Sumber: Data Penjualan Toko Genius Phone Jombang

Seperti yang tertera pada tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa penjualan Iphone di Genius Phone pada satu tahun terakhir mengalami fluktuatif atau naik turun. Pada bulan Oktober-Desember 2022 mengalami penurunan. Lalu pada bulan Jenuari-Maret 2023 mengalami kenaikan. Lalu di bulan April-Juli 2023 kembali mengalami penurunan. Bulan Agustus-September 2023 mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan iphone pada toko Genius Phone mengalami fluktuatif.

Pada era digitalisasi yang semuanya serba digital termasuk seseorang dapat mencari tahu mengenai suatu produk melalui internet. Jika pada zaman dahulu pembicaraan atau jika ingin mengetahui suatu hal harus melalui komunikasi mulut ke mulut atau *Word Of Mouth (WOM)*, pada era sekarang ini lebih mudal dikenal dengan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*. Julivand dan Samiei (2012) menyatakan bahwa *E-WOM* merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang yang melihat atau membaca di internet dan media sosial lainnya. Pengetahuan mengenai produk akan membuat konsumen lebih kritis sebelum membuat keputusan pembelian. Sangat penting untuk konsumen mengetahui pengetahuan tentang produk sebelum membeli produk tersebut (Aropah et al., 2022).

Dalam pembelian produk iphone pembeli harus memperhatikan produk tersebut/mencari tahu informasi akan produk tersebut salah satunya melalui media sosial. Banyak informasi positif dari media sosial mengenai iphone, namun tidak sedikit informasi negatif mengenai iphone. Berikut gambar 1.2 merupakan informasi negatif dari iphone yang didapat melalui sosial media yang berupa *marketplace*.



**Gambar 1.2**  
**Informasi Negatif Pembelian Iphone**

Sumber: Marketplace Shopee

Ulasan atau review pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa penilaian mengenai iPhone belum bagus atau dapat dinilai sangat rendah. Selain mendapat rating bintang 1, konsumen tersebut juga menjelaskan kekurangan dari iPhone yang telah dibeli dan hal tersebut membuat konsumen sangat kecewa.

Selain ulasan dari marketplace, terdapat pula review dari sebuah artikel/forum bernama *expertreviews*. Perhatikan gambar 1.3 dibawah

expertreviews | Teknologi | rumah dan Taman

Peringkat kami: ★★☆☆☆ £764,00 dari amazon.co.uk

Harga saat direview: £849 termasuk PPN

Kameranya sedikit lebih baik, tetapi selain itu, tidak banyak pembaruan - beli iPhone 14 Pro atau beralih ke Android

✓ Kelebihan	✗ Kontra
• Fotografi cahaya rendah yang lebih baik	• Performanya sama dengan iPhone 13
• Daya tahan baterai sedikit lebih lama	• Tidak ada tampilan Pulau Dinamis atau Selalu Aktif
• Mode aksi menghasilkan video super stabil	• layar 60Hz

**Gambar 1.3**  
**Informasi Kualitas Produk Iphone**

Sumber: Website *Expertreviews*

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa kualitas iphone varian terbaru sendiri terlihat biasa saja tanpa ada perbedaan yang mencolok dari varian yang lama. Hanya terdapat beberapa kelebihan dan hal ini tidak sebanding dengan harganya yang jauh lebih mahal. Sehingga mendapat penilaian rendah.

Dari beberapa ulasan yang terdapat pada gambar diatas menunjukkan bahwa kualitas iphone masih tergolong buruk. Maka dari itu konsumen harus benar benar faham dan memperhatikan kualitas dari sebuah produk sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), Kualitas Produk adalah hal yang dihasilkan oleh suatu barang yang dapat dirasakan fungsinya, termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, dan juga atribut produk lainnya. Seperti yang dikatakan oleh Rosnaini (2017) Kualitas Produk adalah kemampuan

suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi, dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Oleh karena itu kualitas produk adalah daya tarik utama yang mampu menarik pelanggan agar mau membeli produk tersebut (Wijaya & Nugroho, 2022)

Selain E-WOM pembeli sebelum membeli iphone tentu harus memperhatikan kualitas produk tersebut. kualitas produk merupakan faktor yang menjadi penilaian para konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian (Suryani & Batu, 2021). Maka dari itu kualitas produk tentu harus diperhatikan agar pembeli bisa mendapatkan barang yang bagus untuk dipakai dan agar barang tersebut dapat awet atau bertahan lama.

Keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli (Morissan, 2010). Kotler dan Keller (2009) mengatakan dalam tahap evaluasi konsumen memben-tuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai (Wandi & Abaharis, 2020). Apabila pembeli telah menemukan produk yang ia inginkan dan telah melakukan evaluasi-evaluasi terhadap produk tersebut maka pembeli akan melakukan suatu keputusan pembelian. Setiap konsumen atau pembeli memiliki cara tersendiri untuk melakukan keputusan pembelian (Ammalia & Supriyono, 2022).

Pengguna iphone masih cukup banyak karena kualitas dari Iphone yang berbeda dengan merek *smartphone* lain dan harga yang cukup terjangkau atau sebanding dengan kualitas namun, fenomena yang terjadi masih banyak informasi

negatif pada iphone serta kualitas produk iphone masih diragukan karena tidak jauh berbeda dari hp merek lain. Dari permasalahan atau fenomena tersebut, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh E-WOM dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Masyarakat di Kota Jombang”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone pada pengguna di Kota Jombang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone pada pengguna di Kota Jombang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan pembelian Iphone pada pengguna di Kota Jombang
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Iphone pada pengguna di Kota Jombang

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat teoritis**

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini adalah untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang baru dan lebih mendalam serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian produk Iphone

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi perusahaan**

Penelitian ini dapat menjadi bahan penilaian/evaluasi bagi pihak perusahaan dalam proses pengembangan maupun pengambilan keputusan terutama dalam memperhatikan kualitas dari produk

#### **b. Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi mengenai faktor-faktor keputusan pembelian bagi penelitian baru maupun penelitian lanjutan