

BAB I

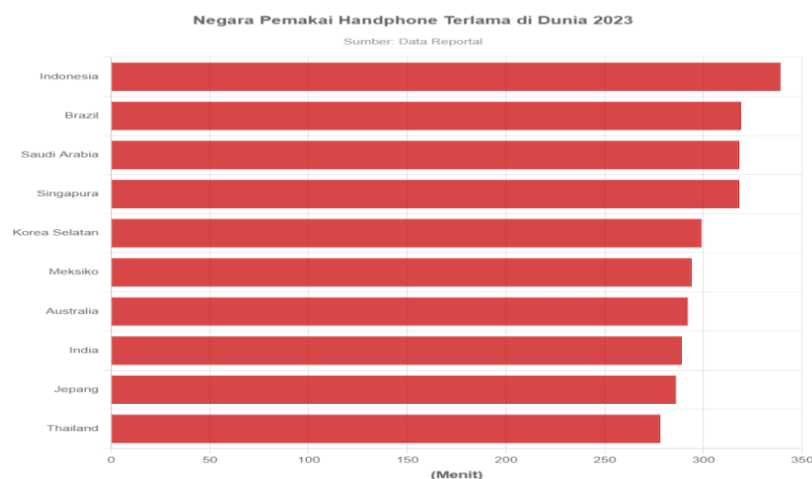
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dan perkembangan yang terjadi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang bagi perusahaan untuk memasuki ranah bisnis yang menjanjikan. Perkembangan teknologi yang semakin maju telah membantu memfasilitasi aktivitas sehari-hari manusia, sehingga mereka semakin tergantung pada berbagai hal yang terkait dengan teknologi. Sebagai respons, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan produk *handphone* guna memenuhi kebutuhan konsumen. Karena alasan tersebut, perusahaan-perusahaan mengembangkan ponsel untuk memenuhi keperluan konsumen, dengan *Apple* sebagai salah satu merek yang dikenal luas (susanto & cahyono, 2021).

Menurut data dari (Gramedia.com), perkembangan pesat dalam industri *handphone* mendorong persaingan antar perusahaan dalam meningkatkan keunggulan produk mereka. Persaingan yang sengit mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan berkreasi guna memberikan keunikan dalam produknya serta mengembangkan strategi yang menarik untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke pesaing. Langkah ini juga merupakan upaya bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka yang menggunakan atau berencana menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Pemakaian *smartphone* yang canggih telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat pada era ini, terutama pada generasi millennial yang disebut Gen Z. Keberadaan *smartphone* dilengkapi dengan fitur-fitur yang mendukung untuk memudahkan akses informasi melalui *browser* yang tersedia, sementara juga menyediakan hiburan dengan fitur *gaming*, foto dan *video*. dari data yang dikumpulkan oleh peneliti serta pengamatan langsung, terlihat bahwa penggunaan akan perangkat komunikasi seperti *smartphone* terus meningkat dari tahun ke tahun. Bahkan, Indonesia menjadi negara terlama dalam penggunaan *smartphone* di seluruh dunia. Berikut ini adalah data yang telah diperoleh :



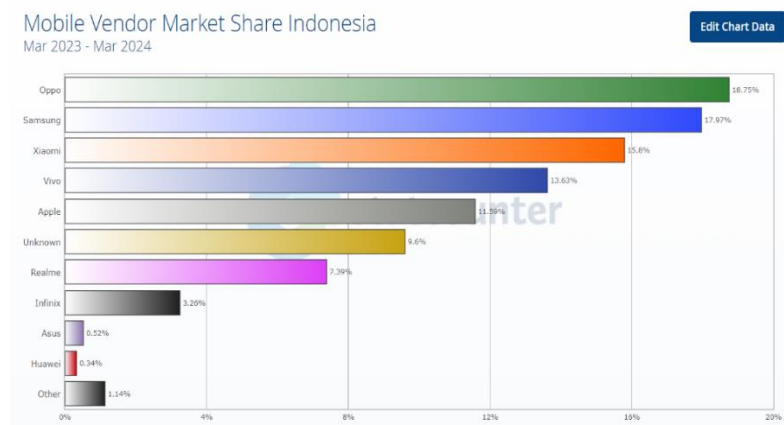
Gambar 1.1 Negara Pemakai *Handphone* Terlama Di Dunia

Sumber : *Data Reportal*, 2024

Berdasarkan gambar di atas Pada tahun 2023 Indonesia menjadi negara dengan pengguna *handphone* terlama di dunia pada tahun 2023. Rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu 5 jam 39 menit setiap hari menggunakan

handphone. Fakta ini menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap perangkat tersebut dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Seiring dengan perkembangan waktu, meningkatnya penggunaan *smartphone* mendorong berbagai brand *smartphone* untuk bersaing secara kreatif dan inovatif dalam menciptakan perangkat yang dapat mendukung kebutuhan sehari-hari. Brand *Smartphone* banyak digunakan Masyarakat Indonesia antara lain Samsung, iPhone, Oppo, Vivo dan brand lainnya. Berikut adalah Data yang disajikan peneliti Berdasarkan yang diperoleh :



Gambar 1.2 Mobile Vendor Market Share Indonesia

Sumber : *Statcounter.com*, 2024

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa mulai dari maret 2023 hingga maret 2024 brand Oppo menonjol sebagai merek *smartphone* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan pangsa pasar mencapai 18,75%. Sementara itu, iPhone berada di peringkat kelima dengan pangsa pasar sebesar 11,5%. Berdasarkan riset *Counterpoint* tentang pasar ponsel selama tahun 2023, *smartphone* Samsung dan *Apple* memegang peranan penting sebagai pemimpin

pasar *smartphone* di Indonesia. Permintaan yang tinggi untuk iPhone 15 Pro Max dan iPhone 15 Pro terlihat dari minat konsumen di Indonesia. Khususnya, warna natural titanium kekurangan pasokan sementara saat pre-order dibuka, menunjukkan popularitas yang besar untuk model-model tersebut.

Dibalik kesuksesan dalam peluncuran *smartphone* iPhone 15 *series* tersebut, secara bersamaan muncul kasus-kasus yang menimpa pengguna *smartphone* iPhone seri terbaru pada akhir tahun 2023. Pada media sosial X sempat viral postingan tentang iPhone seri terbaru. berikut adalah beberapa tangkapan layar yang diambil dari postingan media sosial X:

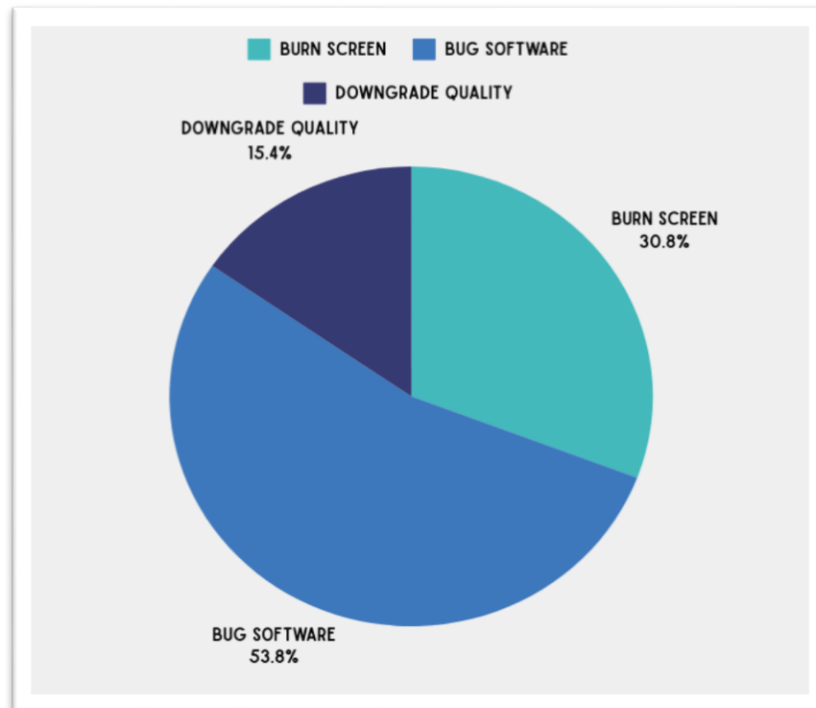


Gambar 1.3 Keluhan pengguna iphone seri terbaru di X

Sumber : X, 2024

Dalam postingan salah satu media sosial X yang Tengah viral dengan kasus pengguna iPhone seri terbaru diantaranya akun media sosial X dengan nama @tarunvats33 dan @andrewjclare. Dari postingan tersebut menyatakan bahwa kasus layar pada iPhone seri terbaru terkena *burn screen* dan kasus kualitas mengalami beberapa masalah terkait desain, di antaranya adalah bagian belakang yang terbuat dari titanium rentan terhadap kotoran dan meninggalkan sidik jari.

Masalah yang lebih serius muncul akibat cacat dalam desain, seperti adanya goresan pada penampang ponsel dan ketidak presisian layar di sekitar tepi ponsel.

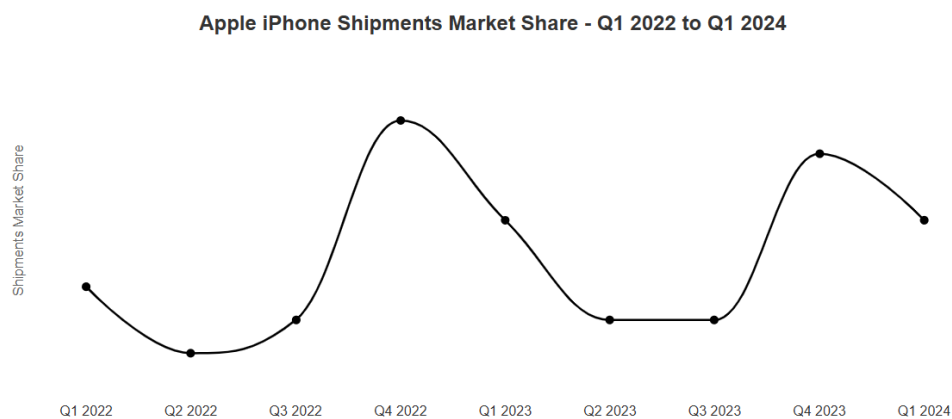


Gambar 1.4 Presentase keluhan pengguna iphone seri terbaru di X

Sumber : X, 2024

Dampak dari banyaknya postingan yang menjadi viral di media sosial, termasuk di *platform* media sosial X, terkait isu-isu yang melibatkan produk tersebut, menimbulkan berbagai tanggapan dari sejumlah netizen. Beberapa di antaranya menyatakan bahwa tidak merasa terkejut, karena pada seri sebelumnya, juga mengalami kasus-kasus serupa, seperti masalah *burn screen*, *bug* perangkat lunak, dan penurunan kualitas bahan pada iPhone. Menurut Yulyasari & Dewi (2023), Mayoritas masyarakat di Indonesia masih menganggap iPhone sebagai *smartphone* kelas atas yang umumnya digunakan oleh segmen tertentu. Pandangan ini disebabkan oleh desain simpel iPhone dan bahan material yang tidak

berbasis plastik, memberikan kesan elegan pada perangkat tersebut. Sistem operasi terkini yang dimiliki iPhone adalah iOS 17, sebuah sistem operasi yang sangat canggih dengan tingkat keamanan yang tinggi. Namun, harga jual iPhone di Indonesia yang cenderung tinggi membuat konsumen beranggapan bahwa produk iPhone ini dapat bertahan lebih lama sehingga para konsumen-konsumen baru yang telah menggunakan iPhone seri terbaru merasa kecewa karena ponsel yang baru dirilis terdapat kendala yang tidak diinginkan tersebut. Sehingga pangsa pasar iPhone yang sebelumnya menguat pada tahun 2023 akhir karena di rilisnya series terbaru kini pada tahun 2024 awal menjadi penurunan. Berikut adalah hasil data *market share* iPhone dari kuartal satu 2022 hingga kuartal satu 2024:



| Apple iPhone Shipments Market Share (%) | | | | | | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Quarter | Q1 2022 | Q2 2022 | Q3 2022 | Q4 2022 | Q1 2023 | Q2 2023 | Q3 2023 | Q4 2023 | Q1 2024 |
| iPhone shipments market share | 15% | 13% | 14% | 20% | 17% | 14% | 14% | 19% | 17% |

Gambar 1.5 Apple Market Share

Sumber : *counterpointresearch.com*, 2024

Berdasarkan data *Market share* tersebut, *Smartphone* Iphone telah mengalami kenaikan hingga penurunan. Pada kuartal ketiga tahun 2022 Iphone mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan tersebut dikarenakan adanya seri terbaru pada produk Iphone sehingga pangsa pasar Iphone mengalami pertumbuhan dari 14% menjadi 20% pada kuartal keempat 2022. Namun, pada kuartal pertama 2023 Iphone mengalami penurunan sebesar 3%. Fenomena penurunan ini juga terjadi pada kuartal empat 2023 sampai kuartal pertama 2024. Namun, penurunan yang terjadi pada kuartal empat 2023 ke kuartal satu 2024 sebesar 2%. Tidak dapat dipungkiri bahwa pangsa pasar Iphone selalu mengalami penurunan setelah perilisan seri terbaru.

Menurut Triningrum (2021), terdapat *trend* di kalangan mahasiswa saat ini yang menggunakan produk iPhone karena alasan gengsi. Gengsi dalam hal ini mengacu pada keinginan untuk tidak kalah dengan pengguna *smartphone* lainnya, sehingga dengan menggunakan iPhone, mereka merasa meningkatkan harga diri dan status sosial mereka. Salah satu alasan utama penggunaan iPhone adalah kualitas kamera yang sangat baik, terutama bagi banyak wanita yang memilih iPhone karena kualitas kameranya yang jernih. Di sisi lain, bagi laki-laki yang gemar bermain game, iPhone dipandang sebagai pilihan yang tepat karena performanya yang tidak mudah lelet saat digunakan dalam bermain game.

Menurut sumber dari (detik.com), *smartphone* Iphone Tidak hanya dimiliki oleh mahasiswa dengan latar belakang keuangan yang mapan, tetapi juga oleh mereka yang berasal dari kalangan menengah ke bawah, bahkan ada yang rela membeli Iphone dengan memaksa, seperti melakukan pembelian dengan pinjaman

online ataupun dengan menggunakan paylater. Mereka tetap memilih iPhone agar tidak tertinggal dengan teman-teman mereka yang juga menggunakan produk iPhone.

Menurut Sutisna (2002), proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dimulai dengan kesadaran akan kebutuhan dan keinginan. Setelah kesadaran tersebut muncul, konsumen kemudian akan mencari informasi mengenai perbedaan antara produk yang diinginkannya. Proses pencarian informasi ini melibatkan pengumpulan semua informasi terkait dengan produk yang diminati. Oleh karena itu, konsumen umumnya akan melakukan perbandingan antara suatu produk dengan produk lain sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tersebut.

Kotler dan Keller (2008) menjelaskan bahwa citra merek adalah kumpulan keyakinan, ide, dan impresi yang dimiliki individu terhadap suatu merek. Oleh karena itu, perilaku dan sikap konsumen terhadap merek sangat dipengaruhi oleh citra merek tersebut. Dengan kata lain, jika citra merek suatu produk positif dan kuat, maka produk tersebut cenderung dipilih oleh konsumen.

Citra merek yang positif dan kuat mendukung Kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas produk merujuk pada produk atau layanan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Menurut sumber dari (Quora.com), Kualitas produk iPhone diakui secara luas karena sistem operasinya memiliki hak paten yang tidak dimiliki oleh perangkat lain, serta sistem keamanan yang kuat yang memungkinkan pengguna untuk melindungi data mereka. Desain elegan iPhone dan persepsi masyarakat bahwa iPhone merupakan

simbol status yang tinggi terus menarik minat konsumen. Namun, kelemahan pada material keras yang rentan terhadap kerusakan telah menyebabkan beberapa konsumen untuk mempertimbangkan kembali keputusan pembelian iPhone.

Menurut Sriwahyuni (2021), Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah seiring dengan perubahan zaman atau keinginan individu untuk mengubah cara hidup mereka. gaya hidup memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup mencerminkan perilaku yang mencakup berbagai aspek yang terkait dengan aspek emosional dan psikologis konsumen. gaya hidup menggambarkan permasalahan yang sebenarnya ada dalam pikiran konsumen dan seringkali berinteraksi dengan berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Stefani Candra (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup, inovasi produk, harga, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa gaya hidup dan citra merek merupakan faktor yang dianggap penting oleh responden dalam menentukan keputusan pembelian. Hasil uji menunjukkan bahwa gaya hidup dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula keputusan pembelian yang diambil. Dan Semakin tinggi citra merek maka meningkat juga keputusan pembelian.

Dengan merujuk pada dua penelitian sebelumnya serta dua buku, penulis dapat melakukan perbandingan yang memudahkan dalam proses penelitian ini. Berdasarkan uraian di atas dan hubungan yang saling terkait antara masalah-

masalah yang dibahas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah disajikan, rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone, pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain.

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan memperoleh ilmu pengetahuan tentang seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone pada Mahasiswa UPN Veteran jawa timur, serta melatih keterampilan teknis penulis dalam menganalisa suatu masalah.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai ilmu pengetahuan dan menambah wawasan, tentang sejauh mana pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone dikalangan Mahasiswa UPN Veteran jawa timur.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya yang meneliti masalah serupa ataupun yang berkaitan, dengan penambahan variabel yang berbeda.