

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dengan perkembangan teknologi dan informasi serta pertumbuhan dan penyebaran penduduk yang sangat pesat saat ini, sangatlah memberikan dampak pada segala aspek kehidupan manusia. Kemajuan pesat dibidang teknologi dan ilmu pengetahuan membuat konsep pemasaran modern mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Tuntutan untuk berkomunikasi dengan lancar dalam menyampaikan informasi, memilih untuk menggunakan alat komunikasi seperti telepon rumah, handphone (gadget), atau menggunakan internet. Dilihat dari kondisi persaingan yang sangat kompetitif dari para produsen dan kemajuan teknologi informasi menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk membeli produk gadget sesuai fitur-fitur dan kecanggihannya.

Menurut **Hadi dalam Putri (2013)**, persaingan kualitas produk yang sengit menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat, bervariasi, dan inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar serta harapan konsumen. Menurut **Suwarni (2011)**, kemampuan produk untuk memberikan layanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bila akan terjadi pembelian diwaktu yang akan datang. Kualitas produk yang baik pun adalah salah satu cara bagi

perusahaan untuk memenangkan persaingan serta dapat menimbulkan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian menurut **Fandy Tjiptono (2008:156)**. Keputusan pembelian pada pengguna produk Apple di Indonesia dapat ditemukan dari pengguna yang memiliki lebih dari 1 produk Apple. Apple yang memiliki beragam jenis produk diantaranya MacBook, iPhone, iPad, dan iPod. Beberapa pengguna produk Apple bahkan memiliki keseluruhan dari jenis produk tersebut.

Fenomena lainnya yaitu Apple selalu mengeluarkan varian terbaru dari salah satu jenis produknya yang selalu dinanti-nantikan oleh pengguna setia produk Apple, seperti contoh jenis produk iPhone, terdapat varian iPhone 2G, iPhone 3G, iPhone 3GS, iPhone 4, iPhone 4S, iPhone 5, dan yang terbaru adalah iPhone 5S. Ketika seseorang sudah memiliki iPhone 4, tidak menutup kemungkinan pembelian iPhone 5 terjadi. **Frampton, Global CEO of Inter brand** didalam artikelnya yang berjudul *The Future of Brand Building* menyatakan bahwa perilaku konsumen yang semakin menuntut, didorong oleh munculnya pesaing pasar dan terinspirasi oleh perusahaan seperti Apple yang memiliki kekuatan kreativitas, desain yang elegan dan inovasi di setiap produk yang diciptakan (**www.interbrand.com, 2013**).

Apple adalah sebuah merek produk perusahaan Apple.Inc (sebelumnya bernama Apple Computer Inc.) yang bergerak dibidang elektronik konsumen. Kebutuhan akan produk elektronik seperti komputer dan telepon genggam semakin marak dikalangan masyarakat Kota Bandung. Minat masyarakat yang besar terhadap produk Apple membuat tingginya permintaan. Terbukti pada akhir tahun 2012, permintaan terhadap produk Apple meningkat hingga mencapai 42,8 juta unit (**www.merdeka.com, 2012**). Pada tahun 2013 penjualan Apple menguasai 40% dibandingkan dengan Samsung 30%, dan Blackberry 20%, sedangkan sisanya 10% adalah produk unggulan lainnya seperti HTC, Sony, Nokia, dan sejumlah merek lokal lainnya (**techno.okezone.com : Rabu, 19 Juni 2013**). Sepanjang 2013, Apple telah meluncurkan beragam produk, seperti iPhone 5S, iOS 7, OS X Maverick yang gratis, iPad Air, iPad Mini Retina, dan Mac Pro yang baru (**kompas.com**).

Kualitas produk yang mutakhir dan fitur yang menarik serta elegan membuat produk Apple menjadi sorotan masyarakat. Hal ini terbukti dengan Apple Inc 2013 menjadi pemenang Grand Award sebagai bagian dari *American Brand Excellence Awards*. Diketahui bahwa merek Apple adalah yang paling memenuhi kebutuhan usaha kecil dan menengah diantara 5 merek lainnya. Disusul oleh Dell diurutan kedua, Hp diurutan ketiga, Samsung diurutan keempat dan Sony diurutan kelima (**www.bizjournals.com**).

Dapat dilihat dari **Tabel I** dibawah ini produk Apple masuk kedalam Top 10 smartphone list of October 2013 karena konsumen banyak menggunakan produk Apple dengan kategori smartphone sebagai berikut:

Tabel I
Top 10 smartphone list of October 2013

Top 10 smartphone list of October 2013			
Rank	Brand	Model	Category
1	Apple	iPhone 5S	smartphone
2	Apple	iPhone 5	smartphone
3	Samsung	Galaxy S4	smartphone
4	Apple	iPhone 5C	smartphone
5	Samsung	Note III	smartphone
6	Samsung	Galaxy S III	smartphone
7	Samsung	Galaxy S 4 mini	smartphone
8	Nokia	105	feature phone
9	Samsung	Galaxy S III mini	smartphone
10	Nokia	Asha 501	feature phone

Berdasarkan potensi keberadaan produk Apple serta pemaparan mengenai kejadian dan perilaku yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa pemahaman mengenai kualitas produk diperhatikan bagi perusahaan dan para pemasar dalam membangun keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut melatarbelakangi untuk dilakukan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

1.2 Identifikasi Masalah

Bagaimana pengaruh kualitas produk apple terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menguji pengaruh kualitas produk apple terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Perusahaan

Untuk memberi masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk agar konsumen tetap memilih produknya untuk jangka panjang.

2. Pihak lainnya

Sebagai acuan untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam jenis barang yang sama atau berbeda, agar tetap menjaga kualitas produk untuk memikat konsumen tetap memilih produknya.

3. Bagi Akademis

Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai referensi yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya terutama mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian.