

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju salah satunya adalah di bidang komunikasi, dimana saat ini komunikasi yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan dan di inginkan oleh masyarakat. Teknologi yang semakin canggih membuat alat komunikasi berubah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Sarana komunikasi dalam kehidupan masyarakat merupakan sesuatu hal yang dibutuhkan dan sangat penting karena dengan adanya alat komunikasi tersebut, masyarakat mudah dapat dalam bertukar informasi dan berkomunikasi tanpa mengenal batas dimanapun dan kapanpun. Seperti bertambahnya masyarakat yang menggunakan media komunikasi yang paling praktis adalah berupa telepon genggam (*Handphone*). *Handphone* saat ini sudah menjadi alat komunikasi yang penting dan dibutuhkan oleh berbagai kalangan masyarakat. Keberadaan *handphone* kini tidak hanya digunakan oleh kalangan dewasa dan orang tua saja, anak anak pun sudah banyak yang memiliki *handphone* dengan kecanggihan yang tidak kalah dengan *handphone* orang dewasa. Fungsi *handphone* tidak hanya sebagai alat untuk menelfon ataupun mengirim pesan SMS (*Short Message Service*), tetapi sekarang dengan kemajuan ilmu pengetahuan di bidang teknologi, kini *handphone* bukan hanya sebagai alat untuk berkomunikasi saja. Dengan adanya *handphone* yang memiliki kelengkapan fitur - fitur lengkap dan semakin canggih, membuat setiap orang jadi bergantung pada *handphone* nya dimanapun mereka berada sehingga

sibuk dengan *handphonenya* masing masing, seperti alat pengambil gambar (*Camera*), pemutar musik, penyimpanan data, *browser*, aplikasi sosial media (*Twitter*, *Facebook*) dan lain sebagainya. Karena hal inilah *Handphone* sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern dan tidak dapat dipisahkan.

Telepon genggam atau *handphone* merupakan alat komunikasi yang fungsinya selalu berkembang dengan cepat dan pesat dari tahun ke tahun. *handphone* yang awalnya diciptakan sebagai alat komunikasi kini telah diberikan berbagai kelengkapan yang membuatnya memiliki nilai lebih. Dengan terus berkembangnya teknologi dalam produksi *handphone*, para produsen telepon genggam bersaing untuk dapat memenangkan persaingan dalam menawarkan berbagai fitur - fitur lengkap dan menarik. Kelengkapan fitur - fitur yang menarik dalam *handphone* akan memberikan nilai lebih bagi produk di mata konsumen. Tidak hanya fitur atau aplikasi saja yang terdapat dalam *handphone*, tetapi kualitas produk juga diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan. Kualitas yang baik dan memiliki kelengkapan fitur akan menarik perhatian konsumen sehingga dapat memberikan pilihan dalam membeli *handphone*.

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk . Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut.

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya (Sweeney,et.al,2001).

Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara kualitas produk dengan harga yang mereka terima. Harga merupakan salah satu cara untuk mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian produk. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai jika harga tersebut dihubungkan sebagai manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2008:152). Pengaruh harga suatu produk sangat penting. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen dan sesuai dengan daya beli konsumen. Penetapan harga dilakukan karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga tersebut disesuaikan dengan kualitas produk yang ada.

Kini berbagai jenis merek *handphone* dapat ditemui di pasaran yang dikuasai oleh beberapa merek. Semakin banyaknya produsen dalam menciptakan *handphone*, maka produsen bersaing untuk memunculkan produk *smarthpone* yang sekarang ini banyak di minati oleh banyak orang. Bisnis *handphone* ini harus menunjukkan kemajuan yang selalu membuat inovasi-inovasi dari waktu ke waktu sehingga dapat memenuhi permintaan pasar lebih dari yang diharapkan, sehingga banyak produsen yang membuat persaingan pada sektor ini semakin pesat. Tingkat persaingan yang tinggi membuat semua merek menawarkan hal yang berbeda yang dapat menarik konsumen. Sebuah produk dari suatu merek tertentu yang menawarkan kelebihan-kelebihannya ke dalam pasar nantinya akan dipersepsikan oleh konsumen dan akan membentuk citra merek.

(Setiadi,2003) Citra Merek adalah total persepsi terhadap suatu obyek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber disetiap waktu. Konsumen cenderung menjadikan *brand image* suatu produk sebagai acuan dalam melakukan pembelian suatu produk. *Brand image* yang baik merupakan salah satu

asset perusahaan, karena banyak studi literatur yang mengatakan bahwa *brand* akan mempengaruhi setiap persepsi konsumen dan hal ini juga akan memberi kesan positif terhadap perusahaan. *Brand Image* merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan. Karena perusahaan harus menciptakan suatu citra merek yang akan dikenal oleh konsumen dan memberikan nilai-nilai lebih sehingga konsumen memiliki rasa percaya pada merek tersebut. Jika perusahaan memiliki citra merek yang baik, maka hal tersebut dapat menimbulkan nilai emosional pada diri konsumen, yaitu timbulnya perasaan positif pada saat mengingat merek dan pada saat membeli atau menggunakan suatu merek. Sehingga konsumen memiliki persepsi yang baik dan positif pada merek tersebut. Namun sebaliknya jika perusahaan memiliki citra merek yang buruk dimata konsumen, maka kecil kemungkinan konsumen akan mempercayai dan membeli produk tersebut. Citra merek suatu produk sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk sehingga konsumen akan lebih memilih produk yang memiliki citra baik daripada produk dengan merek yang memiliki citra buruk.

Membeli suatu produk memerlukan minat agar perilaku konsumen terarah pada aktivitas atau keinginan untuk membeli produk. Minat beli merupakan bagian dari perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat pembeli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandasi suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan. Menurut Basu Swastha dan Irawan (2001), sikap seseorang mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat untuk membeli, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan

memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat konsumen.

Salah satu produk *smarphone* adalah iPhone dari Apple. iPhone buatan Apple pada umumnya dijual dengan harga yang cukup tinggi yang tidak bisa dijangkau oleh kebanyakan konsumen, setidaknya harga iPhone ini lebih tinggi dibandingkan pesaing lainnya di segmen pasar yang sama. iPhone merupakan salah satu produk yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc yang memiliki fitur-fitur menarik. iPhone sangat digemari dan laris dalam penjualannya di seluruh dunia. Dalam sejarahnya, iPhone selalu melakukan perkembangan pada design dan juga teknologinya. Steve Jobs dan perusahaan Apple memperkenalkan iPhone pertama yang hanya memiliki fitur-fitur bawaan saja dan tidak dapat digunakan untuk mendownload aplikasi-aplikasi baru. Dilihat dari sejarahnya, iPhone selalu melakukan perubahan dan berinovasi dalam mengembangkan produk iPhone dan selalu mengalami penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun.

Besarnya penjualan iPhone dari Apple adalah sebesar 130,1 juta unit atau masih dibawah Samsung dan Nokia pada tahun 2012. Pada dua tahun berturut-turut dari tahun 2011-2012, *smartphone* Apple berada di peringkat ketiga. Meskipun iPhone sanggup bertahan di peringkat ketiga, namun pada tahun 2012 terjadi peningkatan penjualan sebesar 45,68% dari tahun 2011. (*Sumber : sharingvision.com/2013/05kokohnamunmelorot*)

Berdasarkan latar belakang dan data besarnya penjualan diatas, diketahui bahwa pada produk *handphone* iPhone mengalami penjualan yang meningkat. Maka peneliti tertarik untuk menguji dan menganalisis **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI IPHONE.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan sebelumnya , maka penelitian ini mempunyai perumusan masalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi:

1. Pihak Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan Apple dalam menentukan strategi penentuan pengambilan keputusan mengenai produk untuk lebih meningkatkan penjualan dan mengetahui faktor manakah yang paling mempengaruhi minat beli konsumen.

2. Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya studi yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli.