

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman tentu setiap orang membutuhkan teknologi yang kini sangat berkembang. Pada era 4.0 ini perusahaan-perusahaan smartphone terus melakukan inovasi pada produk mereka. Salah satu perusahaan tersebut adalah Apple dengan produk Iphone, di mana produk tersebut paling populer dari produk Apple yang lainnya. Sebagai perusahaan yang di golongan perusahaan raksasa, Apple tentu bersaing dengan banyaknya perusahaan smartphone lainnya. Dapat di pastikan di ambil dari data di web tekno, Apple mengalami penurunan pada penjualan Iphonenya pada 2019 pada kuartal pertama, di bandingkan dengan kuartal pertama di 2018.

Tabel 1.1
PANGSA PASA INDUSTRI SMARTPHONE KUARTAL I - 2020

Company	1Q19 Share	Market	1Q18 Share	Market	Year-Over-Year Change
1. Samsung	23.1%		23.5%		-8.1%
2. Huawei	19.0%		11.8%		50.3%
3. Apple	11.7%		15.7%		-30.2%
4. Xiaomi	8.0%		8.4%		-10.2%
5. Vivo*	7.5%		5.6%		24.0%
6. Oppo*	7.4%		7.4%		-6.0%
Others	23.2%		27.6%		-21.5%
Total	100.0%		100.0%		-6.6%

Sumber: tekno.kompas.com (Diakses pada 29 Maret 2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Apple mengalami penurunan penjualan sebesar 30,2 persen penjualan Iphone di kuartal pertama 2019. Pada

kuartal market share Apple hanya mencapai angka penjualan Iphone sebanyak 11.7% yang dimana berbeda cukup jauh dengan kuartal pertama 2018 di mana perusahaan berhasil mencapai market share sebesar 15.7% dalam kurun waktu tiga bulan sumber dari Kompas.com (29/3/2020). Apple yang mengalami penurunan pertama dalam 7 tahun sumber dari Cnnindonesia.com (29/3/2020). Untuk itu Apple harus mempertimbangkan desain yang inovatif dan dapat di terima oleh konsumen, tentu saja itu akan meningkatkan factor loyalitas merek terhadap Apple itu sendiri, karena merek Apple sendiri memiliki sudut pandang yang berbeda dari perusahaan smartphone lainnya. Apple yang memiliki tingkatan produk yang premium tentu harus mengutamakan standart yang terbaik untuk inovasi produk yang akan di pasaran, dengan itu perusahaan Apple ini dapat menarik pelanggannya.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas merek yaitu Persepsi Kualitas. Kualitas dari produk tersebut sangat mempengaruhi pelanggan terhadap loyalitas merek. Kualitas produk sangat penting. Kualitas produk dalam benak konsumen dapat menimbulkan kesan keunggulan suatu produk karena akan manfaat yang diperoleh sehingga ketika konsumen dihadapkan dengan suatu produk, konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang memiliki kualitas yang unggul (Andervazh, Shohani, Tamimi, Diyaleh & Alnasere, 2016).

Dalam menciptakan pelanggan yang loyal bukan sesuatu yang mudah, belum lagi semakin banyak para pesaing yang siap merebut pelanggan pelanggan Apple Iphone. Tetapi untuk Apple Iphone sendiri sudah terkenal memiliki kualitas produk yang baik jika dibandingkan dengan smartphone merek lainnya.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas merek yaitu Kepercayaan Merek. Kepercayaan merek terhadap loyalitas merek didorong oleh kepuasan yang di dasari oleh kualitas merek. Agar pelanggan tetap loyal terhadap merek, perusahaan harus menjaga kepercayaan antara hubungan pelanggan dengan merek produk. Konsumen setelah membeli dan menggunakan produk serta merasakan kualitas terhadap produk maka akan muncul kepercayaan terhadap merek. Kepercayaan terhadap merek muncul dari pengalaman saat membeli produk. Jika konsumen puas dengan produk tersebut, maka konsumen akan percaya terhadap merek yang digunakannya (Adam, Ofori, Okoe & Boateng, 2018).

Analisis penulis melakukan penelitian terhadap produk smartphone karena semakin banyaknya penggunaan smartphone dikalangan masyarakat. Penggunaan smartphone pada jaman sekarang bukan lagi keinginan melainkan kebutuhan, kesadaran akan handphone memang dibutuhkan. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi kualitas, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Kepada Pengguna Smartphone Merek Apple Iphone”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone?
2. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone ?

3. Apakah kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek bagi pengguna smartphone merek Apple Iphone

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti untuk belajar meneliti suatu penelitian suatu prosuk, dengan melakukan pengolahan data dan menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu citra merek, persepsi kualitas dan kepercayaan merek dan variabel terikatnya adalah Loyalitas.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan memperluas pengetahuan serta memberikan tambahan sumber referensi, dari hasil

penelitian ini khususnya pengaruh hubungan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya.

Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan tambahan sumber referensi untuk mahasiswa STIE Perbanas Surabaya untuk mengetahui informasi tentang Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Smartphone Merek Apple Iphone di Surabaya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari tiga bab, uraian dari bab ke bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang relevan terhadap judul penelitian, landasan teori mengenai variabel citra merek, persepsi kualitas, kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pengguna smartphone merek Apple Iphone, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini peneliti menyajikan gambaran subyek penelitian dan analisis data. Analisis data dengan menjelaskan deskripsi data penelitian meliputi identitas responden hingga jawaban responden dan selanjutnya dilakukan analisis data kemudian melakukan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dalam penulisan skripsi yang berisi kesimpulan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan. Kemudian dijelaskan pula beberapa keterbatasan dari penelitian ini serta saran yang diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.