

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era yang semakin canggih ini membuat persaingan perusahaan semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal dengan cara mengembangkan produk mereka melalui inovasi. Globalisasi semakin terlihat jelas dengan adanya berbagai perubahan di segala bidang ke arah yang semakin modern. Komunikasi dan informasi merupakan bidang yang terlihat jelas perkembangannya, terutama dalam hal teknologi yang digunakan di dalamnya. Sepuluh tahun yang lalu, dunia belum mengenal ponsel pintar atau yang sekarang disebut dengan istilah *smartphone*, namun hanya mengenal istilah telepon. *Smartphone* merupakan sekelumit dari hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin memudahkan masyarakat dunia dalam menjalin relasi dengan keluarga, sahabat, dan kerabat antar wilayah bahkan antar benua. Kepraktisan dalam hal penggunaan pada telepon seluler itulah yang kemudian menjadikan alat komunikasi tersebut lebih disukai oleh banyak orang daripada telepon biasa dan sejak saat itu pula bermunculan perusahaan-perusahaan yang mulai menciptakan telepon seluler.

Perkembangan pemakaian ponsel tersebut ternyata juga dipengaruhi oleh adanya peningkatan dalam penggunaan internet yang dilakukan oleh tingkatan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Apalagi sejak berkembangnya situs jejaring sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* yang semakin meningkatkan frekuensi masyarakat untuk selalu online tidak hanya di depan layar komputer,

namun juga di depan layar ponsel mereka masing-masing.

Di antara sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, salah satu yang menjadi daya tarik penulis adalah iPhone yang merupakan buatan Apple, Inc. Merek iPhone dikenal sebagai gadget revolusioner yang memadukan teknologi terbaik dalam dunia IT. iPhone memiliki perangkat lunak yang dapat mengunggah foto, memainkan video, menonton televisi atau film. iPhone memiliki hampir 100 ribu aplikasi yang dijual di iTunes yang merupakan *Apps Store* pada iPhone itu sendiri. Selain fiturnya yang sangat lengkap dan canggih serta ditunjang dengan *camera* yang jernih menjadikan iPhone banyak diminati oleh masyarakat dunia, tidak hanya untuk kebutuhan namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat dunia mengingat harga iPhone yang tidak murah (www.the-marketeters.com). Di Indonesia sendiri ponsel merek iPhone mampu bersaing, hal ini ditunjukkan dalam media survey yang ada di Indonesia bernama *Top Brand Index*. Berikut Tabel 1.1 yaitu *Top Brand Index* dalam kategori Telekomunikasi/IT:

Tabel 1.1
HASIL SURVEY SMARTPHONE
TOP BRAND INDEX
TAHUN 2012-2013

Nama Merek	Tahun	
	2012 (%)	2013 (%)
Blackberry	40,7%	39,0%
Nokia	37,9%	37,0%
Samsung	6,6%	11,1%
Nexian	3,9%	3,6%
IPhone	3,8%	2,0%
Sony Ericsson	3,6%	-
Cross	-	1,9%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa *Top Brand Index* untuk merek telepon genggam iPhone mengalami penurunan dari tahun 2012 ke tahun 2013 sebesar 1,8% dari 3,8% menjadi 2,0%. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan konsumen terhadap telepon seluler merek iPhone mulai mengalami penurunan. Artinya ada kecenderungan perilaku dari konsumen untuk membeli produk merek lain. Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini peneliti ingin mengetahui apa yang menjadi penyebab menurunnya persentase *Top Brand Index* mengenai telekomunikasi. Data pada *Top Brand Index* tidak sesuai dengan dugaan peneliti yang beranggapan bahwa peminat iPhone semakin bertambah berdasarkan fenomena yang terjadi di kalangan peneliti.

Berdasarkan latar belakang di atas, minat beli telepon seluler merek iPhone pada konsumen menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Diprediksikan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut, diantaranya yaitu kesadaran merek, menurut Aaker (2004 : 17), kesadaran merek adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Berdasarkan hal tersebut, dapat diprediksikan bahwa kesadaran merek dapat mempengaruhi minat beli seseorang terhadap produk telepon seluler merek iPhone.

Selain itu, faktor persepsi kualitas juga diprediksi akan mempengaruhi minat beli telepon seluler merek iPhone. Persepsi kualitas adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan, sehingga peneliti

memprediksi bahwa persepsi kualitas konsumen akan memicu minat beli konsumen terhadap telepon seluler merek iPhone.

Loyalitas konsumen juga diprediksi dapat mempengaruhi minat beli telepon seluler merek iPhone. Harga telepon seluler merek iPhone bukan termasuk golongan harga yang terjangkau, sehingga konsumen yang akan membeli produk tersebut juga tertentu salah satunya memiliki sifat loyal. Menurut Sutisna (2002 : 41) loyalitas artinya berani membayar lebih pada merek tersebut, sehingga dapat disimpulkan konsumen telepon seluler merek iPhone memiliki sifat loyal.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang pengaruh variabel kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap minat beli telepon seluler merek iPhone maka peneliti termotivasi untuk menuangkannya dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Telepon Seluler iPhone”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone?
2. Apakah kesadaran merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone?

3. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon selular merek iPhone?
4. Apakah loyalitas merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat belimasyarakat pada telepon selular merek iPhone?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengkaji apakah kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone.
2. Untuk apakah mengkaji kesadaran merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon selular iPhone.
3. Untuk mengkaji apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon selular merek iPhone.
4. Untuk mengkaji apakah loyalitas merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon selular merek iPhone.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti berupa pemahaman mengenai pengaruh variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap minat beli telepon seluler merek iPhone.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan informasi untuk dijadikan referensi yang berkaitan dengan kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap minat beli konsumen pada produk perusahaan.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembendaharaan perpustakaan serta memberikan manfaat bagi kampus mengenai pengaruh variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap minat beli telepon seluler merek iPhone, yang nantinya diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lain ke depannya.

1.5 Sistematika Penulisan Penelitian

Penelitian ini akan terbagi menjadi 5 (lima) bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini akan menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab tinjauan pustaka ini akan menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang didapat dari jurnal, landasan teori yang dipakai baik teori secara umum dan teori khusus, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini akan memberikan penguraian mengenai metode penelitian antara lain adalah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV Gambaran Subyek Penelitian dan Analisis Data

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V Penutup

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran