

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi didunia terus berkembang dengan sangat pesat, terutama didunia teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi terus mengalami kemajuan. Banyak sekali jenis teknologi canggih yang sudah berhasil diciptakan dan dikembangkan. Di era saat ini membutuhkan alat komunikasi dapat memberikan kemudahan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Tuntutan akan kebutuhan informasi yang sangat cepat dan mudah membuat para produsen yang bergerak dalam bidang komunikasi melakukan inovasi baru dengan menciptakan alat komunikasi yang praktis, salah satunya menciptakan telepon seluler atau yang dikenal dengan Smartphone.

Dengan beradanya smartphone mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi dan mencari informasi. Smartphone merupakan salah satu jenis produk elektronik yang paling banyak digunakan. Dengan beradanya smartphone sekarang sudah mulai dirubah, kita menjadi terbiasa dan selalu membutuhkan smartphone dan sesulit apapun apabila tidak memegang smartphone pasti tidak bisa karena banyak kebutuhan yang mampu dilakukan melalui sebuah smartphone.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti smartphone selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun, terutama untuk jenis-jenis smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen yang selalu menginginkan suatu kemudahan dalam komunikasi yang mendukung kegiatan mereka. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk terbaru untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

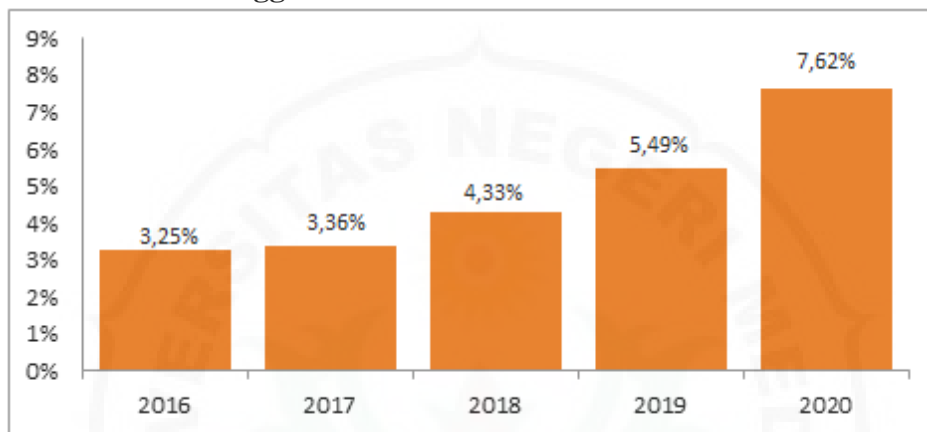
Untuk memenuhi kebutuhan itu, mereka jugalah yang mempunyai waktu dan uang untuk menentukan pilihan dan mengambil keputusan.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap pilihan suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas keputusan yang diambil. Keputusan pembelian juga merupakan suatu penentuan apa yang akan dibeli atau tidaknya oleh konsumen, dikutip dalam jurnal (Gerung et al., 2017). Pada dasarnya konsumen memiliki keputusan dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli atau tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai kepuasan. Menurut (Setiadi, 2010) keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Salah satu smartphone unggulan yang sangat diminati adalah produk smartphone *Brand Apple* yaitu iPhone. iPhone merupakan buatan vendor *Apple* yang menggunakan sistem operasi iOS pada perangkatnya. *Apple iOS* adalah sistem operasi seluler yang dibuat dan dikembangkan oleh *Apple Inc.* Sistem operasi ini pertama kali dirilis pada tahun 2007 untuk iPhone dan iPod Touch dan dikembangkan untuk mendukung instrumen *Apple* lainnya seperti iPad dan berguna bagi pemasar dalam menarik konsumen untuk membeli *Apple iOS*. Berbeda dengan sistem operasi seperti Android dari Google, *Apple* tidak melisensikan iOS untuk diinstal diperangkat keras yang bukan buatan *Apple Inc.* Smartphone ini langsung dianggap sebagai salah satu inovasi ponsel terbesar yang pernah ada. Pertumbuhan iPhone memang luar biasa di dunia termasuk di Indonesia. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna iPhone yang

meningkat setiap tahunnya. Melihat perkembangan jumlah pengguna iPhone dari tahun ketahun semakin bertambah dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna iPhone di Indonesia Tahun 2016-2020**



Sumber: <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/indonesia>

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dilihat jumlah pengguna iPhone di Indonesia dari tahun 2016-2020 yang terus meningkat setiap tahunnya. Dilihat pada tahun 2016 pengguna iPhone di Indonesia berada pada peringkat lima dalam pengguna aktifnya. Sedangkan pada tahun 2017-2020 berada pada peringkat dua dalam pengguna aktifnya. Hal ini semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap smartphone, hampir setiap orang sulit dipisahkan dan selalu membutuhkan smartphone setiap saat dengan kecanggihan teknologinya. Kebutuhan smartphone yang semakin meningkat mendorong kebutuhan akan gadget yang bisa mengerjakan segala hal dan menggantikan fungsi computer mulai dari komunikasi, *E-mail*, belanja online, *mobile banking*, *browsing*, bahkan sekedar *update* status di media social. Hal inilah yang menyebabkan keperluan smartphone semakin meningkat bahkan menjadi kebutuhan hidup.

Meningkatnya jumlah pengguna iPhone, saat ini banyak perusahaan berusaha memberikan penawaran dan layanan terbaik untuk meningkatkan penjualan dan

memenuhi kebutuhan konsumen, akan tetapi karena adanya kesamaan nilai produk yang ditawarkan membuat bagaimana suatu merek itu bisa memberikan kesan dan memiliki karakter serta keunikan sehingga perusahaan memiliki peran penting dalam membentuk citra merek. Keputusan akan membeli smartphone pun kian meningkat, menurut (Kotler, Armstrong, 2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Sikap positif yang mampu melekat dibenak konsumen atas merek dapat menciptakan rasa percaya diri konsumen dalam keputusan pembeliannya. *Brand image* sering kali menjadi pertimbangan utama dalam membeli dan menggunakan suatu produk. Menurut (Tjiptono, 2011) *brand image* ialah tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang mampu bersaing melalui kriteria tersebut. Setiap produk harus mempertahankan eksistensinya. Persaingan smartphone yang semakin ketat membuat iPhone terus terdorong untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang semakin kompleks.

Melihat hasil produk *brand* smartphone terkenal di *Top Brand Award* juga mengalami penurunan sekaligus menggambarkan pergeseran indeks dari masing-masing *brand handphome* tersebut. Dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Award Smartphone Tahun 2016-2020**

No	Merek Smartphone	Top Brand Index				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	<i>Samsung</i>	47,3%	38,2%	43,50%	46,1%	46,0%
2	<i>iPhone</i>	17,4%	15,0%	13,81%	9,6%	9,1%
3	<i>Oppo</i>	6,1%	9,5%	12,47%	15,0%	15,1%
4	<i>Xiaomi</i>	-	7,8%	13,05%	11,4%	11,6%
5	<i>Asus</i>	6,7%	7,1%	2,47%	-	-

Sumber: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=iphone](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=iphone)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas data penjualan smartphone di *Top Brand Award 5* tahun terakhir iPhone mengalami penurunan. Ini tidak menjadikan *brand* iPhone lemah melainkan tetap membuat iPhone lebih meningkatkan lagi sehingga konsumen Indonesia khususnya akan menjadikan smartphone iPhone ini menjadi salah satu produk yang ingin dibeli. Pengguna *brand Apple* ini sangat disukai dan diminati dengan adanya logo *Apple* dibelakang handphone membuat konsumen yang membelinya merasa keren dikarenakan smartphone iPhone yang berkelas premium dan dikenal sangat bergengsi. Ini menjadikan *brand image* dari smartphone iPhone sebagai produk yang mahal.

Persaingan teknologi yang semakin lama kian menarik, dimana smartphone iPhone namanya sudah mulai dikenal dikalangan masyarakat khususnya di Pekanbaru. Walaupun di *Top Brand Award* iPhone mengalami penurunan, itu tidak menjadi gambaran bahwa penjualan iPhone terus menurun. Di Story i Pekanbaru sendiri merupakan salah satu toko *Apple Premium Reseller* di Indonesia dengan berbagai produk *Apple* dan aksesoris, perangkat lunak, dan perangkat lain yang terkait dengan *brand Apple*. Story i mengalami kenaikan penjualan. Dapat dilihat kenaikan penjualan iPhone di Story i dibawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan iPhone di Story i Pekanbaru Pada Tahun 2016-2020**

Bulan	Penjualan Pertahun perUnit				
	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	126	174	297	467	525
Februari	217	238	378	253	301
Maret	289	386	424	487	490
April	390	442	539	526	479
Mei	412	439	484	421	581
Juni	587	482	557	605	634
Juli	548	675	529	791	796
Agustus	541	685	561	762	820
September	527	574	625	798	880
Oktober	583	786	851	806	922
November	589	880	1063	1003	1061
Desember	891	1039	1192	1347	1405
Total	5.700	6.800	7.500	8.266	8.894

Sumber: *Data penjualan smartphone di Story i Pekanbaru*

Berdasarkan data penjualan diatas, iPhone mengalami kenaikan selama 5 tahun terakhir. Kenaikan yang terjadi pada iPhone terus bertambah, sehingga permintaan akan iPhone meningkat setiap tahunnya. Kenaikan iPhone di Story i Pekanbaru dikarenakan kualitas iPhone yang menjadikan salah satu keunggulannya. Seperti kualitas daya tahan baterainya yang dinilai relatif rendah ada di beberapa iPhone mulai dari iPhone 6 sampai 8 plus, sedangkan pada iPhone X keatas daya tahan baterainya sudah bertahan selama 10 jam selama pemakaiannya. Selain itu iPhone mempunyai kapasitas penyimpanan memori yang besar. iPhone juga jarang sekali mengalami lemot, performa iPhone dinilai lebih stabil daripada Android karena mempunyai kemampuan untuk mengolah memori. Pentingnya berbagi data untuk sesama smartphone, khususnya iPhone tidak bisa sembarangan berbagi, dikarenakan iPhone hanya bisa berbagi dengan sesama. Hal

ini dikarenakan iPhone memiliki keamanan dan privasi yang tinggi jika dibandingkan dengan Android. Sebab semua data privasi pengguna iPhone memang dilindungi sehingga tidak mudah di-*hack* oleh orang-orang. Harga iPhone terkesan mahal dibandingkan pesaingnya, namun iPhone memiliki kecanggihan yang lebih dibandingkan pesaingnya. Dengan keunggulan tersebut, hal ini menjadikan pemasaran iPhone bisa berasal dari konsumen yang berpenghasilan lebih agar dapat membelinya.

*Brand image* merupakan faktor yang menentukan keberhasilan terjualnya suatu produk. Dapat dilihat dari pra survey dibawah ini.

**Tabel 1.3**  
**Pra Survey Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Pekanbaru**

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban		Persentase %	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Produk <i>Apple</i> memiliki keunggulan tersendiri.	30	23	7	76,6	23,3
2	Merek <i>Apple</i> mempunyai logo <i>Apple</i> pada bagian tengah bodi belakang yang membuat brand <i>Apple</i> lebih keren.	30	27	3	90	10
3	Produk <i>Apple</i> sudah dikenal oleh masyarakat cukup lama.	30	21	9	70	30
4	Produk <i>Apple</i> jarang melakukan promosi undian yang menarik dalam promosinya.	30	19	11	63,3	36,6
5	Produk <i>Apple</i> selalu melakukan inovasi baru dalam produknya terutama jenis baru.	30	26	4	86,6	13,3
Rata-rata					77,36	22,64

Sumber: Hasil Pra Survey Story i, 2021

Dilihat pada table 1.3 pra survey diatas menunjukkan bahwa *brand image Apple* sangatlah disukai oleh penggunanya. Dilihat banyak yang memilih ya dikarenakan produk *Apple* ini memiliki *brand image* yang kuat dibenak konsumen. iPhone kini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia baik dari kalangan ekonomi menengah sampai atas karena harga iPhone yang terbilang cukup mahal dan tidak adanya diskon

yang diberikan kepada pembeli. *Brand Apple* juga menciptakan produk-produk baru yang berkualitas dan canggih yang memenuhi kebutuhan masyarakat modern sekarang ini. sudah diyakinin dan dikenal banyak orang sehingga mempengaruhi keputusan pembelian terhadap iPhone. Banyak konsumen memilih membeli *brand Apple* ini untuk memenuhi kebutuhannya.

Peran *Brand* dianggap penting untuk menunjang gaya hidup untuk menentukan status sosial dari suatu individu, dimana gaya hidup berhubungan dengan tindakan nyata dan pembelian yang dilakukan konsumen tentang aktifitas, minat dan opini mereka. Menurut Surachman (2011) *brand* adalah salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah meluas karena beberapa alasan. Salah satunya karena *brand* suatu produk memberikan nilai tambah produk.

Dengan itu, kepercayaan pada sebuah merek memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini konsumen percaya bahwa produk yang mempunyai *brand image* yang positif merupakan suatu jaminan untuk suatu pembelian. Dengan membeli dan memilikinya membuat gaya hidup seseorang menjadi percaya diri.

Gaya hidup juga sering dijadikan motivasi dan pedoman dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Japariato dan Sugiyono (2011:33) gaya hidup dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang untuk mengalokasikan waktu dan uang untuk membeli berbagai produk, layanan, teknologi dan komunikasi, *fashion*, hiburan dan pendidikan. Gaya hidup ini mencerminkan bagaimana kita mengambil keputusan untuk melakukan suatu pembelian pada suatu



brand yang diinginkan. Pada tabel pra survey dibawah ini gaya hidup konsumen khususnya pengguna iphone sangatlah tinggi.

**Tabel 1.4**  
**Pra Survey Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Pekanbaru**

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban		Persentase %	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya melihat iPhone dengan kecanggihan yang dimilikinya dan membuat saya terus menggunakan iPhone	30	24	6	80	20
2	Saya lebih percaya diri saat menggunakan smartphone merek <i>Apple</i>	30	26	4	86,6	13,3
3	Menggunakan iPhone menjadi kebutuhan dalam memenuhi penampilan gaya hidup sekarang	30	28	2	93,3	6,66
4	Banyak pengguna iPhone yang merasa bahwa menggunakan iPhone sangat sulit dan tidak praktis dibandingkan smartphone lain	30	25	5	83,3	16,6
5	Menggunakan produk <i>Apple</i> dengan harga tinggi membuat saya menjadi terlihat keren, mewah serta desaian yang elegan.	30	21	9	70	30
Rata-rata					82,64	17,31

Sumber: Hasil Pra Survey Story i, 2021

Melihat tabel 1.4 pra survey diatas, dikatakan bahwa gaya hidup sekarang semakin tinggi, ini membuktikan bahwa keunggulan iPhone dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup sekarang. Kecanggihan smartphone sekarang sangat dibutuhkan untuk melakukan segala hal instan yang berhubungan dengan online. Hal ini dikaitkan dengan kenyataan iPhone sekarang masih banyak yang setia dengan smartphone satu ini sebagai salah satu cara untuk meningkatkan status sosialnya. Dengan penampilan iPhone yang mewah dan elegan tidak heran bahwa penampilan iPhone memang sangat berbeda dari smartphone dari merk lain. Fitur terbaru dan up to date yang ada di iPhone juga tidak kalah saing dan hanya bisa didapatkan di iPhone. Melihat logo *Apple* pada bagian tengah bodi

belakang dan kualitas kamera terbaik membuat banyak orang memilih iPhone karena merasa bahwa kualitas produk *brand Apple* lebih unggul.

Demikian, ada juga sebagian pengguna iPhone yang merasa tidak praktis menggunakannya dibandingkan dengan smartphone lain. Tidak praktis disini bisa dikatakan bahwa iPhone kesulitan berbagi data ke perangkat lain kecuali iPhone sendiri. Upgrade iOS hanya tersedia di versi-versi terbaru saja. iPhone juga memiliki fitur yang bisa dikatakan beberapanya yang prabayar untuk menggunakannya. Ketersediaan ruang penyimpanannya juga sesuai kapasitas perangkat saja yaitu eksternal, tidak tersedia penyimpanan internal pada iPhone. Kapasitas baterai pada beberapa versi iPhone juga masih terbilang rendah. Serta sifat iPhone yang menjaga privasi data penggunanya terkadang menjadi salah satu kendala bagi penggunanya.

Zaman sekarang ini tidak diragukan lagi bahwa yang memakai iPhone membuat mereka lebih percaya diri, tampak lebih elegan dengan desain mewah yang dimiliki produk *Apple*. Performa *brand Apple* ini terbilang kencang tidak heran bila pengguna iPhone tidak berpaling ke merek smartphone lain. iPhone juga dapat menjalankan semua aplikasi yang berukuran besar dengan lancar. Selain itu, desain mewah produk *Apple* ini juga di kenal sebagai smartphone yang memiliki harga mahal, meski mahal harga iPhone ini tetap sukses dan menjadi salah satu ponsel terlaris yang berkelas dan dikenal sangat bergengsi.

*Brand image* dan gaya hidup merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Dengan memahami gaya hidup seseorang, maka hal tersebut akan menjadi peluang bagi pelaku bisnis dalam menciptakan produk-produk yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat. Produk *Apple* salah satu smartphone yang ditunggu-

tunggu oleh konsumen ketika setiap peluncuran produk baru. Tidak hanya kaum milenial saja, anak-anak hingga orang dewasa sudah menggunakan iPhone ini sebagai salah satu alat komunikasi yang khususnya untuk berfoto atau yang lebih dikenal dengan “*selfie*”.

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan diatas, maka peneliti mengambil judul: **“Pengaruh *Brand Image* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Story i Pekanbaru”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas keputusan pembelian mengalami peningkatan disebabkan oleh:

1. Dilihat bahwa *Brand Image* iPhone dengan kualitas yang baik, performa kerja yang kencang dan citra merek yang mewah sehingga meningkatkan penjualan terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.
2. Dilihat dari gaya hidup pengguna iPhone yang tinggi, menggunakan iPhone dengan harga yang mahal untuk aktivitas, minat, opini pengguna iPhone menyebabkan penjualan smartphone merek iPhone mengalami peningkatan penjualan terhadap keputusan pembelian di Story i Pekanbaru.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian mengenai keputusan pembelian dengan adanya keunggulan pada iPhone dapat memenuhi penampilan gaya hidup, maka penelitian ini memfokuskan pada Pengaruh *Brand Image* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang akan menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru?
3. Apakah terdapat pengaruh *brand image* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan penulis melalui penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk memperdalam pengetahuan tentang *Brand Image*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

## 3. Bagi Pihak Akademis

Sebagai literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

## 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi yang menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti yang ingin meneliti objek yang diteliti.