

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Oleh sebab itu kebutuhan akan tentang alat komunikasi seperti *Smartphone* berdampak pada meningkatnya permintaan jenis alat komunikasi yang menyebabkan semakin banyaknya pesaing dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen yang memproduksi alat komunikasi yang menawarkan berbagai jenis produk yang baru dengan sebuah inovasi yang berbeda dari produk sebelumnya, dimana produk tersebut memberikan sebuah kemudahan bagi para pengguna *Smartphone* untuk berkomunikasi. Produsen berlomba-lomba dalam memproduksi *Smartphone* untuk dapat menarik minat konsumen agar memutuskan untuk membelinya dan menggunakan produknya. Hal ini juga menjadi salah satu cara perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen yang sudah menggunakan produk dari perusahaan tersebut.

Smartphone adalah sebuah alat komunikasi elektronik yang mudah untuk dibawa kemana-mana dan memiliki kemampuan untuk mengirim pesan, pesan tersebut dapat berupa suara dan mudah digunakan oleh masyarakat. Akses internet yang ditawarkan pada *Smartphone* sekarang telah mengubah kebutuhan *Smartphone* menjadi sangat penting bagi masyarakat, bahkan banyak masyarakat Indonesia menjadikan *Smartphone* itu adalah gaya hidup yang harus dimiliki. Semakin cepatnya perkembangan teknologi menjadikan persaingan dalam

sebuah dunia bisnis menjadi sangat ketat, hal itu dapat dilihat dari munculnya produk dengan inovasi baru yang lebih canggih, terutama dibidang teknologi informasi.

Apple merupakan salah satu perusahaan teknologi komunikasi yang paling sukses di dunia dan kata 'apple' dalam bahas tidak lagi bersinonim dengan nama buah. Dengan logo dan nama perusahaan tersebut mudah diingat. Seseorang yang ingin membeli iPhone tidak perlu lagi meragukan kualitas dari iPhone sendiri karena Apple menanamkan bahwa barang produksi yang dimiliki Apple merupakan teknologi yang canggih dan mudah untuk digunakan.

Persaingan antar *Smartphone* selalu menarik untuk diamati. Terdapat beberapa merek Smartphone yang bersaing di Indonesia salah satunya adalah iPhone, Samsung, Vivo, OPPO, Xiami dan lain-lain.

Salah satu merek Smartphone yang beredar di pasar Indonesia, yaitu merek iPhone. iPhone merupakan produk yang diciptakan oleh Apple dimana produk tersebut diperkenalkan pada tahun 2007. Salah satu sejarah dimulai saat Steve Jobs, CEO dari Apple meminta para ilmuwan dari Apple untuk mempelajari lebih dalam teknologi layar sentuh. Pengembangan iPhone sendiri dimulai sekitar 10 tahun sebelum Apple pertama diluncurkan di pasaran. Pada sekitar tahun 1999, Apple mematenkan hak untuk menggunakan domain *iPhone.org* dan setelah beberapa tahun Apple mengumumkan rencana mereka untuk berinvestasi di bidang telepon genggam. Apple menggemparkan dunia pada tahun 29 Juni 2007 dimana mereka secara terang terangan memutuskan untuk terjun kedalam persaingan telepon genggam. Kemudian Apple menggaet AT&T *wireless* sebagai salah satu mitranya untuk iPhone generasi pertama yang diberi nama iPhone 2G.

Pertama kali dikembangkan Apple menjadikan iPhone unit telepon genggam yang memadukan fitur *entertainment* iPod sebagai fungsi telekomunikasi telepon genggam. Terlebih iPhone 2G dilengkapi dengan sebuah kamera 2 megapixel untuk foto. Pada akhir 2007, iPhone berhasil menjual lebih dari tiga juta unit iPhone 2G bahkan sampai enam juta unit. iPhone sendiri menggunakan sistem operasi iOS pada perangkatnya, iOS merupakan sistem operasi perangkat bergerak yang dikembangkan dan didistribusikan oleh perusahaan Apple Inc.

Sistem iOS diluncurkan pada tahun 2007 yang digunakan pada produk iPhone dan iPod Touch. Berbeda dengan sistem operasi lain seperti Windows Phone (*window CE*) dari Microsoft dan Android dari Google, Apple tidak melisensasikan iOS untuk diinstal di perangkat keras yang bukan buatan dari Apple. Penyempurnaan terus dilakukan oleh Apple untuk menghasilkan sebuah Smartphone terbaik dengan fitur yang terlengkap, sampai pada tahun 2016 dirilis iPhone 7 dan iPhone 7 plus dengan masing-masing iOS 10 dan iOS 10.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Smartphone yang ada di Indonesia Berdasarkan Merek Smartphone (dalam persen)

Merek <i>smartphone</i>	Jumlah pengguna 2020 (%)	Jumlah pengguna 2021 (%)
Samsung	20.0	20.1
Apple	15.9	17.4
Xiomi	11.5	14.1
OPPO	8.7	9.9
Vivo	8.7	9.5

Sumber: Internasional Data Corporation (IDC)

Berdasarkan tabel diatas bahwa produk Apple menjadi ranking no.2 setelah Samsung, tetapi pada tahun 2021 Apple mengalami kenaikan. Pada tahun 2020 sebesar 15.9% dan pada tahun 2021 Apple mengalami kenaikan sebesar 17.4%.

Berdasarkan tabel diatas juga memperlihatkan bahwa merek iPhone mengalami peningkatan, tetapi peningkatannya tidak sebesar Smartphone merek Samsung. Pada keadaan inilah menuntut para pemasar untuk terus mengikuti perkembangan perilaku konsumen khususnya faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012) Keputusan pembelian adalah keputusan meneruskan atau tidak meneruskan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009) proses pengambilan keputusan pembelian melalui model lima tahap. Yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian. Hal ini menandakan bahwa dalam mengambil keputusan pembelian individu dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan dan dirinya diharuskan untuk memilih salah satu dari alternatif tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli adalah inovasi produk. Jika dalam sebuah produk tidak berkembang maka produk tersebut akan tertinggal oleh jaman. Menurut Suroso (2014) hal terpenting dalam melakukan inovasi produk adalah menciptakan produk baru sehingga menimbulkan minat beli terhadap produk tersebut, dengan demikian dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Hal juga sejalan dengan penelitian Setiadi dalam Suroso (2014) yang hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa inovasi produk secara simultan mempengaruhi minat beli. iPhone juga memiliki inovasi terbaru dengan memberikan perhatian pada detail tertentu, yaitu dengan banyaknya lensa kamera dibagian belakang. Contohnya wujud dari ketiga iPhone 11 berbeda dengan desain-desain sebelumnya khususnya pada bagian kamera belakang. Pada iPhone

11 dilengkapi dengan dua kamera, sedangkan pada iPhone 11 Pro dan Pro Max memiliki tiga kamera.

Kualitas merupakan salah satu bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli apakah produk tersebut sudah memenuhi kebutuhan konsumen atau belum. Kotler et al. (2018) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan, sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli. Produk yang memiliki kualitas yang baik dan differensiasi yang baik juga akan menjadikan produk yang berkemungkinan memiliki konsumen loyal. Pada merek iPhone memiliki tingkat kualitas yang bagus, terbukti dengan banyak pengguna iPhone merasa puas dengan kualitas produk iPhone.

Ekuitas merek juga menjadi salah satu keputusan dalam pengambilan keputusan. Semakin kuat ekuitas merek suatu produk, semakin kuat pula rasa percaya diri konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, sehingga mengantar perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu (Hamidi, Arifin dan Wilopo, 2014).

Desain yang baik dapat menarik minat, meningkatkan performa produk, menekan biaya produksi dan memberikan keunggulan kompetitif yang kuat pada produk di dalam pasar sasaran. Kotler dan Armstrong (2012). Desain menjadi salah satu keputusan dalam pembelian karena dengan desain yang menarik dan differensiasi akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Pada iPhone memiliki desain yang menarik dengan berani beda dengan merek lain seperti, menciptakan produk yang memiliki kamera belakang yang banyak dan

desain yang menarik. Hal ini juga menyebabkan beberapa merek Smartphone lain mengikuti iPhone dengan memiliki banyak kamera belakang.

Peneliti memilih masyarakat daerah DKI Jakarta seperti, Jakarta Pusat, Utara, Timur, Barat dan Kepulauan Seribu sebagai objek penelitian, karena tidak sedikit pengguna Smartphone merek iPhone. Harga merek iPhone juga relatif tinggi untuk kalangan masyarakat dan tidak jauh beda dengan harga laptop.

Banyak masyarakat saat ini yang menggunakan Smartphone iPhone sebagai salah satu alat komunikasi yang mereka gunakan di sekitaran DKI Jakarta dan banyaknya pengguna Smartphone iPhone yang tergolong *smart customer*, dimana mereka sebelum membeli produk tersebut akan kritis dalam memilih dan mempertimbangkan produk yang akan mereka beli, seperti memilih tempat pembeli yang resmi, menanyakan tentang garansi yang disediakan dan cek semua kondisi Box dan iPhone. Seperti yang kita ketahui bahwa islam mengajarkan untuk menjalin hubungan baik dengan keluarga yaitu dengan saling berkomunikasi dengan saudara.

Menyambung tali silaturahmi juga bermakna menegakkan agama. Silaturahmi adalah ajaran Islam yang menunjukkan pentingnya hubungan antara sesama manusia. Mengenai hal tersebut, Allah ﷻ berfirman dalam QS An-Nisa ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ

مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Terjemah Kemenag 2019

“Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakanmu dari diri yang satu (Adam) dan Dia menciptakan darinya pasangannya (Hawa). Dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak.143) Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu”.

Menurut Quraish Shihab (dalam tafsirq.com) Wahai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan yang telah menciptakan kalian dari satu nafs (jiwa). Dari satu nafs itu Dia menciptakan pasangannya, dan dari sepasang nafs tersebut Dia kemudian memperkembangbiakkan banyak laki-laki dan perempuan. Sesungguhnya dari nafs yang satu itulah kalian berasal. Takutlah kepada Allah, tempat kalian memohon segala yang kalian butuhkan dan yang nama-Nya kalian sebut dalam setiap urusan. Peliharalah tali silaturahmi dan janganlah kamu putus hubungan silaturahmi itu, baik yang dekat maupun yang jauh.

Sesungguhnya Allah selalu mengawasi diri kalian. Tidak ada satu pun urusan kalian yang tersembunyi dari-Nya. Allah akan membalas itu semua.

Dari ayat diatas juga membahas agar kita saling menjalin hubungan baik dengan keluarga dengan cara menjalin hubungan silaturahmi sesama keluarga dengan membeli atau menggunakan Smartphone dengan melihat dari inovasi produk sebuah Smartphone yang akan kita gunakan yang memiliki bentuk yang lebih menarik dan modern. Kualitas menjadi salah satu persyaratan jika ingin menggunakan sebuah Smartphone apakah tahan banting atau tidak. Ekuitas merek sendiri kepercayaan terhadap merek tertentu untuk mendapatkan kepuasan tersendiri saat menggunakan Smartphone tersebut. Pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, Karena perusahaan harus menciptakan sebuah produk dengan desain yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Hal ini berpengaruh terhadap sebuah inovasi produk, kualitas dan ekuitas merek terhadap penggunaanya sehingga akan terjadinya keputusan pembelian.

Mengenai hal tersebut merupakan sebuah dimensi kehidupan manusia yang mendapatkan perhatian ajaran agama islam. Nilai-nilai keagamaan memberikan batasan kepada manusia agar senantiasa dalam melakukan hal kebajikan kepada orang lain. Dari berbagai pembahasan yang mendorong tindakan untuk keputusan pembelian. Maka penelitian ini di beri judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, EKUITAS MEREK, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE IPHONE DKI JAKARTA”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, penelitian bertujuan untuk menguji beberapa variabel diantaranya menguji pengaruh inovasi produk, kualitas, ekuitas merek dan desain terhadap keputusan pembelian Smartphone iPhone. Dengan demikian, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone dalam sudut pandang Islam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone dalam sudut pandang Islam?
3. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone dalam sudut pandang Islam?
4. Apakah desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone dalam sudut pandang Islam?
5. Apakah pengaruh inovasi produk, kualitas dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone dalam sudut pandang Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka pokok tujuan dalam skripsi ini anantara lain:

1. Untuk mengetahui dan memenuhi gambaran inovasi produk, kualitas produk, ekuitas merek, dan desain terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone.

2. Untuk mengetahui dan memahami dan memahami masing-masing pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone.
3. Untuk mengetahui dan memahami masing-masing pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone.
4. Untuk mengetahui dan memahami masing-masing pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone
5. Untuk mengetahui dan memahami masing-masing pengaruh desain terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

a. Manfaat Ilmu pengetahuan

Memperkaya ilmu pengetahuan pemasaran khususnya mengenai keputusan pembelian.

b. Referensi penelitian lebih lanjut

Sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai inovasi produk, kualitas, ekuitas merek terhadap keputusan pembelian bagi mahasiswa/i manajemen yang berkonsentrasi di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pendukung untuk pertimbangan untuk dapat meningkatkan inovasi produk, kualitas, ekuitas merek dan desain terhadap keputusan pembelian Smartphone iPhone, guna menarik konsumen melalui minat beli.