

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Penelitian ini merupakan replikasi dari Widiastuti et al., (2020) Riset tentang keputusan pembelian ini menarik diteliti karena sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam (Widiatmoko *et al* 2015 ; Susanto, n.d. 2016 ; Saputra *et al* 2017 ; Sofiani & Colline, 2017 ; Nurvita & Budiarti , 2019 ; Norbaiti & Rahmi , 2020 ; Khaerunnisa *et al.*, 2021 ; Lestari & Septiani., 2021 ; Sutra, 2021 )

Penelitian Widiastuti et al., (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone pada mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. Didukung dengan pengertian “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Penelitian Widiatmoko *et al*, (2015) menunjukkan bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian . Hal tersebut menyatakan bahwa jika harga disandingkan dengan citra merek yang baik maka akan semakin tinggi pula tingkat keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien determinasinya menyatakan keputusan pembelian produk Iphone yang dilakukan mahasiswa Fisip Undip dipengaruhi oleh harga dan citra merek.

Penelitian Susanto,n.d.( 2016) menyatakan bahwa hasil analisis statistik ternyata merek, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone .Positif mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk karena pada dasarnya perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk tertentu sangat

dipengaruhi oleh atribut yang melekat pada produk tersebut, karena tidak mungkin seorang konsumen membeli suatu produk tanpa mengetahui atribut atau keunggulan produk tersebut.

Penelitian Saputra *et al.*, (2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna iPhone. Semakin tinggi kualitas dan manfaat dari iPhone, maka semakin tinggi dan banyak keinginan masyarakat. Maka dari hasil itu dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan ada pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Sofiani & Colline, (2017) menjelaskan bahwa merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk iPhone karena merek adalah suatu nilai tambah bagi produk dan dapat dijadikan acuan untuk mengukur kesuksesan produk di masa yang akan datang. Semakin bagus atau baik merek maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli. Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Lalu kualitas menjadi pembeda utama dalam dunia bisnis karena kualitas merupakan prospektif tentang pemikiran masyarakat mengenai baik atau buruknya suatu produk.

Penelitian Satriani, (2019) menyatakan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone karena gaya hidup di kalangan mahasiswa biasanya lebih mementingkan gengsi sehingga mahasiswa membeli barang-barang bermerk dan merasa bangga serta puas saat memilikinya. Selain dari merek, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan produk iPhone memiliki aplikasi dan kinerja yang sangat menarik.

Penelitian Nurvita & Budiarti, (2019) menghasilkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian iPhone. Dijelaskan bahwa kualitas adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya jika kualitasnya baik maka konsumen juga akan tertarik karena banyak konsumen yang memilih kualitas produk yang baik.

sehingga dapat terjamin dan memiliki garansi. Semakin baik kualitasnya akan mempengaruhi harga dari produk tersebut, Harga merupakan nilai tukar bagi konsumen dengan perusahaan karena telah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Penelitian Norbaiti & Rahmi, (2020) menyatakan bahwa Citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini diperoleh dari uji F dan uji R. Karena hasil yang signifikan maka harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan serta dijaga kualitas dari produknya agar pembelian terhadap produk Iphone stabil.

Penelitian Khaerunnisa et al., (2021) mendapatkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone. Harga adalah nilai yang ditagihkan kepada konsumen karena telah menggunakan produk atau jasa. Kualitas merupakan estetika dari suatu produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena semakin baik kualitas produk maka akan semakin banyak peminatnya begitupun dengan harga dan kualitas juga berhubungan karena jika kualitasnya baik maka harganya pun akan menyesuaikan.

Penelitian Lestari & Septiani, (2021) mendukung ulasan di atas bahwa Citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Karena citra merek mempengaruhi pandangan masyarakat serta persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Begitupun dengan Kualitas produk adalah komponen untuk mempergunakan fungsi dari produk tersebut.

Penelitian Sutra, (2021) citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pembelian karena Merek merupakan identitas suatu produk lalu harga adalah salah satu unsur yang menghasilkan pendapatan sedangkan kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk menjelaskan fungsi dan kegunaannya. Maka dari itu semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi pula harganya dan harga dapat dipengaruhi oleh merek produk tersebut. Sehingga dengan adanya 3 faktor itu dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dari banyaknya temuan dalam berbagai penelitian diatas Citra merek , harga dan kualitas produk menjadi topik yang menarik .Citra merek Iphone dikenal dikalangan internasional dan smartphone merek Iphone ini memiliki spesifikasi yang unggul .Untuk masalah harga ,harga adalah salah unsur yang penting di dalam perusahaan karena dengan adanya harga maka akan berpengaruh bagi niali perusahaan tersebut.Tidak hanya citra merek dan harga ,kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena kualitas merupakan tingkat baik atau buruknya suatu produk sehingga produk dapat ternilai atau tidak bagi konsumen .Maka dapat disimpulkan peniliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone”.

## **B. Perumusan Masalah**

Pembelian smartphone dapat dipengaruhi oleh *citra merek* karena produk dengan merek yang bagus dan terpercaya bisa meningkatkan rasa aman bagi konsumen yang memutuskan untuk membeli Nurvita & Budiarti (2019). Pernyataan tentang citra merek diatas didukung juga oleh Norbaiti & Rahmi, (2020) ;Satriani, (2019) ; Sofiani & Colline, (2017).

Dengan demikian permasalahan pertama yang dirumuskan adalah : Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

Selanjutnya , keputusan pembelian pasti juga terpengaruh oleh Harga seperti yang ada di penelitian Widiatmoko *et al* (2015) bahwa perbandingan harga pada perusahaan satu dengan perusahaan lain menjadi pertimbangan awal bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Besaran uang atau aspek lainnya yang mempunyai tujuan atau kegunaan tertentu dalam memperoleh suatu produk Sutra, (2021).

Dengan demikian permasalahan kedua yang dirumuskan adalah : Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

Selanjutnya , dari hasil penelitian Saputra *et al.*, (2017) kualitas produk Iphone sangat mengesankan dibandingkan dengan smartphone lain sehingga

konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk Iphone .Ulasan ini didukung oleh Lestari & Septiani, (2021) Kualitas produk adalah komponen untuk mempergakan fungsi dari produk tersebut..Kualitas adalah ciri pembentuk citra dari produk dan kualitas juga merupakan kemampuan yang dimiliki produk untuk memuaskan konsumen Susanto,n.d. , (2016) Pernyataan tentang kualitas diatas disetujui juga oleh Khaerunnisa et al., (2021) dan

Dengan demikian permasalahan ketiga yang dirumuskan adalah : Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Citra merek , Harga dan Kualitas Produk dengan Keputusan pembelian .Khususnya tujuan yang diharapkan :

1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diperoleh dengan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta menambah pengetahuan akademisi khususnya mahasiswa/mahasiswi program studi Manajemen Pemasaran tentang seberapa besar pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Manfaat praktis  
Penelitian ini bermaksud untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini dapat digunakan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

3. Manfaat empiris

Penelitian ini dilakukan untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dan diajarkan selama masa perkuliahan serta diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan Ilmu Ekonomi khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.