

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan di dunia perdagangan sangatlah ketat tentunya didalam bidang teknologi informasi pada saat ini sehingga berdampak pada tingginya persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha sekarang ini. Perusahaan yang ingin berhasil memenangkan kompetisi persaingan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Tujuan perusahaan adalah untuk dapat mempertahankan eksistensi kinerja agar dapat mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang dapat mampu memahami konsumennya dengan baik.

Zaman yang semakin modern, canggih dan serba cepat *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer bagi semua kalangan masyarakat bagi pelajar, mahasiswa, guru, pengusaha dan jenis pekerjaan lainnya. Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan tingkat pendidikan dimana dibutuhkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan, pendidikan, hiburan, bisnis dan lain-lain.

Merek-merek *smartphone* yang beredar di pasaran sekarang ini sangatlah beragam, mulai dari produk Nokia, Lenovo, LG, Blackberry,

ASUS, Oppo Sony, Apple, Samsung. Produk yang sangat mendominasi pasar smartphone di Indonesia seperti merek Nokia, Blackberry, Apple (Iphone) dan Samsung. Apple sebagai perusahaan multinasional yang menghadirkan produk andalannya yaitu dikenal dengan nama Iphone, Appel adalah satu-satunya perusahaan teknologi yang berhasil memadukan antara hardware dan softwarena sendiri, berbeda dengan pabrikan lainnya yang lebih mengandalkan software dari google.

Apple Iphone merupakan merek ternama yang telah di kenal oleh masyarakat Indonesia dengan kualitas produk yang telah di percaya sebagai produk yang paling di minati masyarakat baik dari segi Kualitas produk, desain produk maupun harga. Saat ini Iphone merupakan *smartphone* terlaris di dunia, salah satunya Indonesia yang menjadikan Iphone produk andalan yang banyak di pakai oleh masyarakat Indonesia.

Apple Iphone terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk *smartphone* yang berkualitas dan canggih yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat moderen saat ini. Apple menciptakan produk baru dengan spesifikasi dan fitur-fitur lebih lengkap yaitu apple Iphone yang kini bnyak diminati oleh masyarakat Indonesia baik dari kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah sampai ekonomi atas karena Iphone produk yang harganya cukup mahal, murah atau mahalnya harga suatu produk tergantung pada spesifikasi, keunggulan dan kualitas dari produk itu sendiri. meskipun demikian Iphone dapat menembus pasar Indonesia dengan penjualan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian Latar Belakang permasalahan di atas, selanjutnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka permasalahan dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk Iphone?
2. Diantara variabel kualitas produk dan harga variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Iphone?
2. Untuk mengetahui diantara kualitas produk dan harga, variabel mana yang punya pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Iphone?

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

#### a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan kajian ilmu dan pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

#### b. Bagi Akademik

Sebagai acuan dan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

#### c. Praktisi

Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang akan menjadi bahan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan daya beli konsumen.