

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat, di Era Globalisasi seperti sekarang ini, ilmu pengetahuan dan informasi serta komunikasi yang terus berkembang di kehidupan sehari-hari dimana ditandai dengan perubahan yang sangat cepat di segala bidang khususnya teknologi dan informasi. Semua manusia tidak bisa jauh dari teknologi, termasuk juga dengan adanya smartphone atau telepon cerdas. Dimana segala keperluan manusia sangat terbantu dengan berkembangnya teknologi smartphone yang semakin canggih. Smartphone kini tidak hanya untuk sekedar alat telekomunikasi, tetapi juga bias sebagai alat pemasaran. Dengan dilengkapi berbagai fitur-fitur yang sangat membantu kehidupan, seperti hanya mp3, video, kamera digital, layanan internet, media social dan editing dokumen. Keadaan inilah yang menyebabkan persaingan yang ketat diantara paraprofesi dan kompetitor pada perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Menurut Peter dan Olson (2000) keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Jika konsumen tidak

memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung mempercayai merek yang disukai atau dikenal (Schiffman dan Kantuk, 2008). Inilah yang menjadi alasan perusahaan smartphone khususnya perusahaan Iphone selalu memperkuat posisi mereknya agar tercipta brand image yang kuat di benak para konsumen.

Brand image adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut (Ferrinadewi, 2008), komponen brand image menurut jurnal Xian, dkk (2011), terdiri dari citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk. Citra perusahaan merupakan gambaran perusahaan di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan. Citra pemakai merupakan sekumpulan karakteristik dari konsumen yang dihubungkan dengan ciri khas dari konsumen suatu merek. Sedangkan citra produk merupakan gambaran produk di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

Selain dengan menguatkan *brand image*, saat ini konsumen juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, keputusan pembelian suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan Kualitas Produk tersebut. Seiring dengan meningkatnya konsumen yang kritis akan suatu produk, perusahaan Iphone selalu meningkatkan Kualitas Produk nya untuk memuaskan para konsumennya. Menurut Hidayat (2009), Kualitas Produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas

Produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainya (Kolter, 2008).

Menurut Kolter dan Keller (2002), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen sendiri diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu barang atau produk sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kemampuan produk tersebut oleh konsumen.

Dari beberapa penelitian yang sudah ada menunjukan faktor faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian antara lain variabel brand image, kualitas produk pada smartphone dan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas untuk meneliti lebih mendasar, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut: **“ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Konsumen Smartphone Iphone di Kota Surakarta)”**.

B. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen pembelian terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta?
4. Apakah ada pengaruh brand image terhadap kepuasan konsumen smartphone iphone di kota Surakarta?
5. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iphone di kota Surakarta?
6. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen sebagai variable intervening antara brand image pada smartphpne terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta?
7. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara kualitas produk smartphone terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota Surakarta.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian smartphone di kota Surakarta.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh brand image terhadap kepuasan konsumen smartphone iphone di kota Surakarta.
5. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iphone di kota Surakarta.
6. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara brand image terhadap keputusan pembelian smartphone di kota Surakarta.
7. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti mengenai teori pemasaran dan konsep pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya mengenai brand image, kualitas

produk, kepuasan konsumen dan keputusan pembelian pada smartphone iphone di kota Surakarta.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan untuk perusahaan smartphone dalam meningkatkan brand image, kualitas produk, kepuasan konsumen dan keputusan pembelian pada smartphone di kota Surakarta.

E. Sitematis Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Perumusan masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sitematis Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Teori
- B. Penelitian Terdahulu
- C. Kerangka Pemikiran
- D. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

B. Hasil Analisis Data

C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Keterbatasan

C. Saran