

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern ini manusia tidak bisa lepas dari teknologi. Menurut Latief (2019) tujuan teknologi yaitu sebagai sarana untuk mempermudah agar manusia dapat melakukan setiap kegiatannya sehingga penggunaan cara tradisional yang banyak memakan waktu dan tenaga dengan diminimalisir seminim mungkin. Berbagai kegiatan dalam kehidupan manusia untuk menggunakan teknologi baik komunikasi, pekerjaan, sekolah, hiburan dan lain sebagainya. Teknologi komunikasi berkembang sangat pesat, pesan dan informasi dapat tersampaikan dengan cepat perbedaan ruang dan waktu tidak menjadi hambatan dalam berkomunikasi. Perkembangan teknologi ini semakin maju yang sebelumnya handphone hanya bisa untuk telepon dan sms, saat ini teknologi tersebut berkembang menjadi komputer mini yang disebut juga dengan Smartphone.

Jumlah pengguna smartphone sangatlah meningkat penggunaannya pun tidak hanya kalangan muda saja namun juga meluas ke berbagai kalangan usia anak-anak hingga orang tua. Pengguna smartphone tidak perlu bingung untuk mencari informasi yang dibutuhkan, apalagi jika sudah terhubung dengan internet. smartphone juga bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan, ada pula yang digunakan untuk keperluan bisnis, jualan online, mendengarkan musik, bernyanyi, dan lain sebagainya. Bahkan orang tua menggunakan smartphone untuk bekerja dan berkomunikasi dengan keluarga, anak dan kerabat. Dengan adanya teknologi smartphone yang populer di era saat ini.

Perusahaan berlomba-lomba memberikan berbagai jenis smartphone dengan merek serta spesifikasi yang berbeda-beda. Pengguna smartphone juga selektif dalam memilih dan memutuskan produk smartphone yang sesuai kebutuhan dan bersedia membayar ekstra untuk mendapatkan smartphone berkualitas tinggi dan menikmati manfaat produk tersebut.

Merek merupakan tanda pengenal suatu produk yang digunakan alat ukur untuk mengetahui apakah suatu produk berkualitas atau tidak. Setiap perusahaan pasti mempunyai suatu merek agar memiliki keunggulan kompetitif dan mencegah konsumen beralih ke merek lain. Produk smartphone dikenali dan diingat dengan identitas sederhana yang membedakan antara merek produk lain. Merek yang mempunyai keunggulan dan keunikan yang berbeda akan memberikan nilai lebih untuk perusahaan. Dengan adanya merek tertentu mempunyai ciri khas yang akan dipandang lebih oleh konsumen. Merek juga dapat menentukan kualitas produk dan pada akhirnya membantu konsumen berbelanja dengan lebih efisien.

Ekuitas merek dapat dibentuk melalui beberapa komponen yaitu kesadaran merek, loyalitas merek dan asosiasi merek. Pada kesadaran merek dapat diketahui sejauh mana konsumen mengenal merek tersebut, pada asosiasi merek dapat mengetahui bagaimana suatu produk dapat dikenal oleh konsumen dan pada loyalitas merek dapat diketahui kesetiaan konsumen terhadap merek produk smartphone. Dengan didorong oleh perkembangan internet yang sangat penting menjadi faktor pendorong dari perkembangan penggunaan smartphone di dunia. Dimana dengan semakin banyak akses pada internet membuat daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh teknologi sebelumnya bisa terjangkau dengan sebuah smartphone. Perusahaan

teknologi khususnya smartphone dituntut untuk dapat terus berinovasi dalam menghadirkan teknologi-teknologi yang baru, lebih efisien, unik dan lebih baik dari produk sebelumnya. Perusahaan teknologi yang terus berinovasi akan dapat terus bertahan pada era yang serba cepat ini. Perusahaan yang ingin berhasil memenangkan persaingan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Merek-merek smartphone yang beredar saat ini sangatlah berbagai macam merek mulai dari Oppo, Redmi, iPhone, Samsung, Lenovo, Asus, Xiaomi, Vivo dan lainnya.

iPhone merupakan merek ternama yang telah dikenali oleh konsumen diseluruh dunia dan smartphone yang paling banyak peminat. Produk iPhone sangatlah mendominasi di pasar smartphone di Indonesia, begitu juga merek iPhone tidak asing di kalangan saat ini dan sudah banyak pengguna iPhone yang beredar baik anak-anak, remaja maupun orang tua. iPhone juga memiliki fitur kualitas khas yang tersendiri yang memadukan antara hardware software, berbeda dengan merek lainnya yang lebih mengandalkan software dari google. Setiap tahun bahkan setiap bulan perusahaan smartphone selalu melakukan inovasi terhadap produknya dengan tujuan menarik minat beli konsumen. Dari sekian banyak produk smartphone yang bersaing, iPhone merupakan brand yang dikenal dan menjadi leader brand diseluruh dunia dalam hal teknologi. Brand iPhone menduduki peringkat 1 dalam hal teknologi diseluruh dunia dan diikuti dengan pesaingnya yaitu Google pada peringkat ke 2, Microsoft peringkat ke 3, Samsung peringkat ke-4.

Pada dasarnya, iPhone merupakan smartphone keluaran Apple Inc., perusahaan pengembang teknologi multinasional yang terletak di Cupertino,

California. Terbukti bahwa iPhone yaitu produk keluaran Apple Inc., terlihat dari logo berbentuk buah apel yang terletak di bagian belakang handphone. Selain itu, ponsel yang dikenal sebagai smartphone kelas kakap ini menggunakan iOS Apple, atau yang sering kali disebut dengan iPhone OS sebagai sistem operasinya. Perusahaan iPhone menghadirkan berbagai fitur terbaru untuk menghadapi pesaingnya dengan meningkatkan kualitas yaitu tampilan layar, aplikasi serta fitur-fitur yang diberikan pun berbeda dari smartphone lainnya. Kemudian, iPhone juga selalu mengeluarkan generasi terbaru hampir setiap tahunnya. Namun ternyata, peluncuran pertama iPhone dilakukan pada 29 Juni 2007, dengan generasi pertamanya iPhone 3G. Sejak saat itu, iPhone selalu berkembang dan semua tipenya selalu laku di pasaran. Saat ini iPhone mengeluarkan seri yang ke 14 dan mulai dipasarkan secara resmi November 2022 di Indonesia.

Terdapat faktor yang mempengaruhi konsumen dalam minat beli smartphone iPhone yaitu ekuitas merek dan inovasi teknologi yang semakin canggih. Minat beli yaitu keputusan konsumen untuk membeli merek tersebut. Semakin kuat ekuitas merek dan inovasi teknologi yang diberikan semakin banyak minat beli dalam merek iPhone sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Minat beli pada produk iPhone sangatlah trend di era saat ini meskipun harga yang melonjak sangat tinggi tetapi konsumen tetap membeli. Permasalahan yang terjadi saat ini yaitu banyaknya produk smartphone iPhone yang beredar dikalangan siswa. Dengan adanya ekuitas merek dan inovasi teknologi yang semakin maju banyak sekali siswa SMA 6 Malang yang berminat menggunakan smartphone iPhone dengan harga yang sangat tinggi. Berdasarkan uraian latar belakang masalah

penelitian sebelumnya yang belum mendapatkan hasil yang pasti dan kompeten. Maka penelitian tertarik dengan judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI SMA 6 MALANG”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemikiran di atas, penelitian ini merumuskan permasalahan berikut :

1. Bagaimana analisa deskripsi pengaruh ekuitas merek dan inovasi teknologi smartphone iPhone terhadap minat pembelian pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang?
2. Apakah ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang?
3. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang?
4. Manakah diantara ekuitas merek dan inovasi teknologi yang berpengaruh dominan terhadap minat beli pada produk smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka didapatkan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa deskripsi pengaruh ekuitas merek dan inovasi teknologi smartphone iPhone terhadap minat beli pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA Negeri 6 Malang.

2. Untuk menganalisa ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang.
3. Untuk inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang.
4. Untuk menganalisa diantara ekuitas merek dan inovasi teknologi yang berpengaruh dominan terhadap minat beli produk smartphone iPhone pada siswa kelas 12 tahun 2023 di SMA 6 Malang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Bagi ilmu pengetahuan khususnya bidang ekonomi manajemen keuangan, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi, manfaat dan wawasan untuk beberapa pihak yang teoritis dengan adanya Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Teknologi Smartphone terhadap Minat Pembelian Produk iPhone Di SMA 6 Malang.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan penulis di dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek dan inovasi teknologi dalam bidang smartphone iPhone di siswa SMA.

c. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian di bidang struktur modal perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan mampu

menjadi acuan, masukan, tambahan wawasan dan referensi yang bermanfaat bagi penelitiannya.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan serta dapat dipergunakan menjadi bahan pertimbangan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Program Studi Manajemen dalam pengambilan kebijakan khususnya tentang ekuitas merek, inovasi teknologi serta minat beli dapat dipergunakan sebagai referensi sekaligus ilmu pengetahuan dan sebagai literatur pada perpustakaan.