

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat maju dan sangat bermanfaat dalam membantu manusia untuk lebih mudah berkomunikasi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Keberadaan teknologi buatan berupa *smartphone* mencakup banyak bidang dan merambah berbagai aspek mulai dari bisnis hingga pendidikan. Saat ini teknologi telepon seluler pintar berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga kelangsungan hidup dapat nyaman dalam berkomunikasi. Saat ini, ponsel pintar memiliki banyak fitur kompleks seperti paket data seluler untuk menghubungkan ponsel pintar ke situs web. Artinya komunikasi dalam bentuk telepon seluler pintar sudah menjadi suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Di masyarakat, ponsel pintar kini disebut dengan *smartphone* canggih.

Perusahaan telah meluncurkan berbagai jenis *smartphone* dengan berbagai merek dan spesifikasi sesuai kebutuhan masyarakat. Perusahaan membuat *smartphone* yang memperkaya kemampuannya, ada beberapa merek *smartphone* yang diciptakan perusahaan dengan harga murah dan mahal. Konsumen saat ini mulai pilih-pilih dan bijak dalam memilih produk, bahkan rela membayar lebih untuk membeli produk berkualitas dan dari produk ini memaksa produsen untuk ekspor memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Perusahaan harus melihat pangsa pasar dan pertumbuhan masyarakat. Pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan berhasil tidaknya suatu

penjualan. Peran seorang manajer pemasaran di sini diperlukan untuk mengembangkan bauran pemasaran yang tepat untuk keputusan pembelian konsumen. Sebuah merek yang ditetapkan pada produk perusahaan dapat menambah nilai dengan menjadi pembeda dan unik dari produk lain. (Lestari, 2021) Hal itu menjadikan keputusan pembelian menjadi suatu hal yang sangat penting agar diperhatikan dan bisa menjadikan pertimbangan untuk perusahaan melakukan strategi pemasaran kedepannya.

Suatu *brand* memegang peranan penting dalam pemasaran (Suciningtyas, 2012) Sebetulnya *brand image* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan apabila *branding* dari suatu produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan melakukan pembelian. Menurut hasil penelitian (Wijayanto, 2018) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan temuan itu menjelaskan apabila semakin tinggi suatu *brand image*, akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Banyaknya *smartphone* yang masuk ke Indonesia menawarkan beragam pilihan merek, harga dan kualitas produk bagi konsumen Indonesia. merek dagang mengidentifikasi sumber atau produsen suatu produk dan memungkinkan konsumen untuk memberikan tanggung jawab atas kinerja produk tersebut kepada produsen atau distributor tertentu. Di sisi lain, harga menjadi faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli *smartphone*. Faktor harga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan produsen untuk menciptakan daya beli

yang tinggi bagi konsumen. (Amilia, 2017) Pada hakikatnya harga dapat memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Jika suatu perusahaan menetapkan harga yang salah pada sebuah produk akan mengakibatkan penurunan penjualan dan penurunan pangsa pasar. Maka dari itu, penentuan harga jual produk harus sama dengan pangsa pasar agar pendapatan suatu produk meningkat, hal ini menunjukkan apabila harga sangat berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Disisi lain, promosi juga harus dipertimbangkan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran, hal ini dikarenakan promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan seseorang. (Solihin, 2020) apabila suatu produk sangatlah bagus tetapi tidak diimbangi dengan promosi, maka bisa mengakibatkan produk tidak akan laku dipasaran. Dengan adanya promosi membantu konsumen untuk mengetahui produk tersebut dan bisa meningkatkan penjualan.

Berbagai merek *smartphone* yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia, Diantaranya adalah merek Iphone. Sejarah iPhone dimulai ketika pendiri dan CEO Apple Inc memerintahkan ilmuwan Apple untuk meneliti teknologi layar sentuh. Apple mengumumkan niatnya untuk berinvestasi pada ponsel bernama Iphone. Dan Iphone sendiri merupakan *smartphone* Apple yang memiliki sistem operasi iOS pada perangkatnya, yang dikembangkan dan didistribusikan oleh Apple Inc. Keunikan merek merupakan strategi yang digunakan oleh Apple. Dan membangun nilai

mereknnya melalui kualitas produk. Mulai dari desain, fitur hingga sistem teknologi yang dikandungnya. Dari penjelasan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi

1. Bagaimana *brand image*, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Iphone?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Iphone?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Iphone?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Iphone?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian Iphone.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Iphone.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Iphone.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Iphone.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa di jadikan referensi bagi perkembangan ilmu di Universitas Merdeka Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen Pemasaran.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh para pelaku industri penjualan smartphone Iphone untuk membangun *brand image* yang sesuai dengan harga serta promosi produk yang digunakan.