

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Teknologi komunikasi adalah suatu perkembangan teknis yang dapat merubah, membantu dan mempercepat komunikasi antar individu. Teknologi komunikasi itu sendiri memiliki keterkaitan dengan segala penggunaan dari alat bantu guna mengirim dan memproses data pada sebuah perangkat ke lebih banyak perangkat yang lain. Teknologi komunikasi itu sendiri memiliki manfaat untuk membantu manusia dalam mempermudah mengakses berbagai macam informasi, pengetahuan, berita maupun tentang pekerjaan dan pendidikan. Taqur (2009) menyatakan teknologi komunikasi merupakan seperangkat dari alat yang membantu menambah kemahiran manusia untuk berkomunikasi atau sebuah perangkat hasil sistem yang direkayasa manusia yang dipergunakan untuk media transmisi dan penyampaian ide dan gagasan maupun pesan untuk orang lain.

Semenjak berkembangnya teknologi di zaman globalisasi saat ini menjadikan perusahaan teknologi untuk bersaing membuat produk yang memiliki kualitas tinggi dan semakin canggih. Hal tersebut mempengaruhi dunia bisnis dan persaingan pasar di Indonesia maupun di Luar Negeri mengalami peningkatan secara drastis. Perkembangan teknologi tidak hanya ditekankan pada fungsi teknologi sendiri, melainkan seberapa efisien teknologi itu dapat menunjang keberlangsungan hidup dan berkembangnya manusia. Diantara teknologi yang ada, manusia di era global lebih banyak membutuhkan teknologi komunikasi digital dan sudah menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang mendasar bagi setiap individu.

Banyaknya merek teknologi komunikasi yang ada, membuat adanya persaingan pasar dan menjadikan para perusahaan akan terus mengembangkan kualitas produknya. Kualitas Produk ialah suatu faktor penting bagi sebuah produk dan menjadi salah satu aspek yang harus ditingkatkan dalam suatu produk. Kualitas Produk adalah kunci agar produk tersebut bisa bersaing dengan produk merek lain. Umumnya perusahaan akan melakukan dan mengupayakan peningkatan aspek-aspek dalam produk tersebut, peningkatan fitur, peningkatan kegunaan dan fungsi yang terus mengikuti zaman jika ingin perusahaan tersebut bersaing di pasar bisnis. Apabila kualitas produk bisa memenuhi apa yang konsumen inginkan, hal tersebut bisa membuat konsumen tertarik akan produk perusahaan tersebut. Sebagaimana penelitian Lazuardi (2019), Nandi dan Abdi (2022), Desti dan Suzy (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek dan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya ialah harga, harga merupakan faktor yang tak kalah penting bagi suatu produk dan juga kepuasan pelanggan. Harga adalah uang atau nilai tukar yang telah ditentukan oleh perusahaan dan dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau produk tersebut. Harga menjadi bahan pertimbangan dan alasan mengapa konsumen memilih produk tersebut. Maka penetapan dalam harga harus dipertimbangkan oleh perusahaan, karena pada umumnya konsumen akan membandingkan harga produk tersebut dengan harga produk di perusahaan lain, konsumen juga akan merasakan bahwa harga produk tersebut telah berubah cukup drastis. Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya dari Hilman (2021), Elsa dan

Nina (2022), Nandi dan Abdi (2022) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap citra merek dan kepuasan pelanggan.

Citra Merek juga merupakan faktor penting lainnya dalam menunjang keberhasilan produk. Merek adalah suatu tanda yang memiliki ciri-ciri khas yang umumnya berupa nama, motif, angka, huruf, corak yang berwarna atau suatu kombinasi dari unsur itu sendiri. Merek dapat menolong perusahaan untuk lebih memperluas produk dan juga membantu mengembangkan produk untuk memasuki pasar bisnis yang lebih meyakinkan atau signifikan bagi produk.

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan maka sangat diperlukan branding atau citra merek yang kuat. Citra merek adalah gambaran dari keseluruhan asumsi pelanggan terhadap merek tersebut yang tercipta dari penjelasan dan dari pengalaman konsumen. Merek dapat membantu perusahaan untuk lebih memperluas produk dan juga membantu mengembangkan produk untuk memasuki pasar bisnis yang lebih meyakinkan atau signifikan bagi produk. Citra merek berkaitan erat dengan preferensi dan sikap dalam suatu merek. Ada beberapa komponen yang mendukung citra merek antara lain, Citra Konsumen, Citra Produk dan Perusahaan. Sebagaimana dari hasil penelitian yang dilakukan Desti dan Suzy (2022), Hilman (2021), An Nuur (2022), Mahadika (2019), bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan kebijakan harga.

Faktor yang lainnya dalam suatu produk adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ialah keadaan atau situasi yang diperlihatkan konsumen sesaat setelah membeli dan menggunakan produk, situasi

tersebut dapat berupa perasaan kecewa atau senang yang dirasakan konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci kesuksesan perusahaan, karena dengan kepuasan pelanggan perusahaan bisa mengukur seberapa puas pelanggan akan kualitas produk tersebut. Jika dalam asumsi pelanggan akan kualitas produk tersebut masih kurang, maka perusahaan bisa mengevaluasi produk dan kualitas layanan menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari Lazuardi (2019), Abdi dan Muhammad (2022), Desti dan Suzy (2022), Hilman (2021), bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk dan kebijakan harga.

Teknologi komunikasi yang hampir semua orang miliki adalah Smartphone, Komputer, Laptop, Smart Watch, Tablet dan masih banyak lainnya yang memiliki banyak jenis dan model yang berbeda. Teknologi komunikasi digital lebih banyak dipakai manusia saat ini, karena manusia ialah makhluk sosial yang selalu bergantung dan membutuhkan interaksi serta komunikasi antar manusia. Penduduk Indonesia sekarang lazimnya memiliki teknologi digital tersebut lebih dari satu, tentunya dengan menyesuaikan kegunaan dan fungsi dari masing-masing perangkat.

Kebutuhan dari teknologi komunikasi sendiri selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Hal seperti ini terjadi karena pelanggan selalu menginginkan kemudahan dalam berkomunikasi dan berinteraksi ataupun melakukan pekerjaan yang diharuskan menggunakan teknologi komunikasi yang canggih. Sebab hal itu, pelanggan memilih untuk memakai teknologi komunikasi dan menyebabkan permintaan produk yang sangat tinggi dan

terus meningkat seperti halnya pada kenaikan penjualan dari produk Apple.Inc.

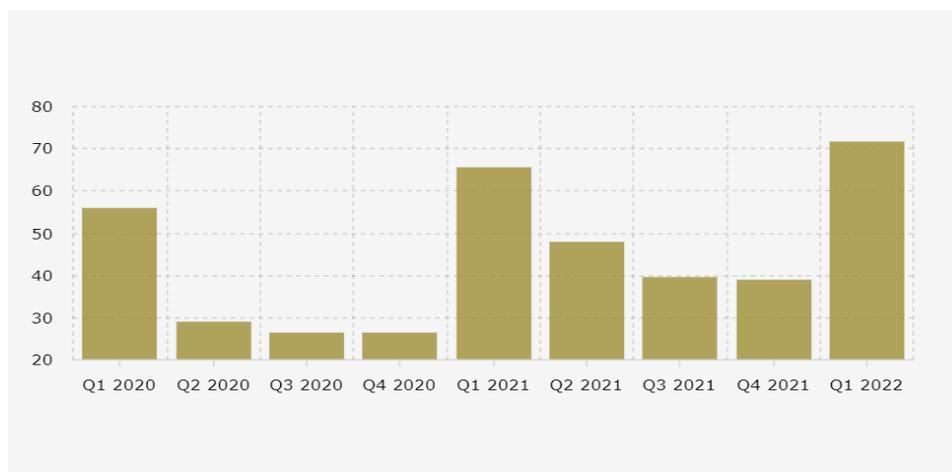
Beragam merek teknologi komunikasi digital yang ada di Indonesia, Apple merupakan perusahaan teknologi digital yang memiliki kuasa terhadap pangsa pasar di Indonesia maupun Dunia. Perusahaan yang terkenal dengan macOS dan iOS ini dibentuk oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne pada bulan April tahun 1976 yang lebih berfokus memasarkan komputer pribadi Apple. Seiring berjalannya waktu perusahaan ini meresmikan identitas perusahaan sebagai Apple Computer, Inc. Akan tetapi pada bulan Januari tahun 1977 penjualan komputer pribadi milik Apple Computer, Inc mengalami penurunan akibat persaingan dengan produk yang terjangkau. Sejalan dengan persaingan pasar yang naik turun perusahaan memberikan kabar bahwa Apple Computer, Inc beralih nama menjadi Apple Inc yang menyesuaikan fokus perusahaan untuk menciptakan perangkat komunikasi digital yang luas dan beragam.

Apple Inc sendiri memiliki produk yang berbeda dengan produk lainnya. Produk dari Apple Inc memiliki tampilan yang menurut pelanggan lebih premium, tidak hanya dari segi penampilan tetapi dari software dan hardware yang dibawakan produk Apple Inc memiliki kualitas yang tinggi juga tertutup dan lebih aman. Apple juga menciptakan hardware dan software sendiri yang dinamakan IOS (*iPhone Operating System*). Perusahaan Apple juga lebih mementingkan dan berfokus terhadap kualitas produk-produknya. Apple memiliki beberapa produk yaitu Iphone, Ipad, Mac, Macbook, Apple Watch, Ipod, Airtag dan AirPods serta masih banyak aksesoris yang dijual perusahaan Apple.

Apple.Inc mencatat pendapatannya pada tahun 2022 mencapai US\$123,9 miliar dan jika dirupiahkan mencapai Rp 1.772 triliun. Pendapatan Apple Inc tersebut mengalami peningkatan sebesar 48,74% dari penjualan sebelumnya yang meraih US\$83,3 miliar. Meskipun produk dari Apple.Inc bermacam-macam, tetapi iPhone hingga saat ini masih berkontribusi menjadi produk dengan penjualan tertinggi di Apple, sebesar 50%. Menurut Apple, iPhone merupakan produk paling berharga diantara produk yang lain, karena sejak dirilisnya iPhone menjadi sumber dari pendapatan utama perusahaan Apple. Dari data Business of Apps, pendapatan dari iPhone mencapai US\$71,62 miliar dan jika dirupiahkan senilai Rp 1.021 triliun pada 2022 yang terus mengalami peningkatan sebesar 84,3% dari sebelumnya yang bernilai US\$38,86 miliar. Berikut ini adalah data penjualan Apple perkuartal dari 2020 ke 2022 :

**Gambar 1**

**Penjualan Apple periode tahun 2020-2022**



*Sumber : databoks (2022)*

Berdasarkan Latar Belakang diatas dan dari penelitian sebelumnya belum menemukan jawaban yang konsisten. Oleh sebab itu, peneliti memiliki

ketertarikan untuk melangsungkan penelitian yang memiliki judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan mediasi Citra Merek pada Pengguna Apple”**

## **B. Perumusan Masalah**

Penelitian ini memiliki beberapa masalah diantara lain :

1. Bagaimanakah deskripsi kualitas produk, kebijakan harga, citra merek dan kepuasan pelanggan pada pengguna produk Apple?
2. Apakah kualitas produk dan kebijakan harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna produk Apple?
3. Apakah kualitas produk dan kebijakan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek pada pengguna produk Apple?
4. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk Apple?

## **C. Tujuan Penelitian**

Atas rumusan masalah yang diperoleh, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan kualitas produk, kebijakan harga, citra merek dan kepuasan pelanggan pada pengguna produk Apple.
2. Untuk menganalisis pengaruh langsung kualitas produk dan kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna produk Apple.
3. Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas produk dan kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan mediasi citra merek pada pengguna produk Apple.

4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna produk Apple.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Teori**

Hasil dari penelitian ini difokuskan untuk menambah referensi juga pengetahuan untuk pihak lain yang sedang menempuh penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan mediasi citra merek pada pengguna Apple.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Jurusan Manajemen**

Hasil dari penelitian ini, diharapkan bisa menjadi salah satu literatur dan acuan untuk penelitian yang serupa.

###### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bisa berguna untuk inspirasi dan menambah referensi pengetahuan yang akan digunakan peneliti selanjutnya dengan membenahi kekurangan penelitian ini serta bisa dikembangkan untuk penelitian yang lebih lanjut.

###### **c. Bagi Perusahaan**

Diharapkan menjadi bahan pertimbangan perusahaan agar bisa lebih memperhatikan harga dan perkembangan pemasaran produk