

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi seperti sekarang ini ditandai oleh salah satunya, yaitu persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk menjadi lebih kompetitif agar mereka dapat bertahan dalam suatu industri yang semakin keras. Dalam rangka memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu menghasilkan produk berkualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan, serta keinginan konsumen.

Kemajuan di bidang telekomunikasi juga merupakan salah satu dampak dari globalisasi. Untuk berkomunikasi, kini masyarakat sudah tidak dibatasi lagi oleh waktu dan tempat. Masyarakat tidak perlu lagi bertemu secara langsung karena dapat menggunakan media komunikasi untuk berinteraksi, seperti menggunakan telepon seluler.

Dalam perkembangannya, telepon seluler selalu mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya kegunaan dari telepon seluler yang didukung dengan kecanggihan dari teknologi pada telepon seluler tersebut yang kini biasa disebut dengan *Smartphone* sehingga, masyarakat semakin menjadikan *Smartphone* sebagai salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi.

Smartphone sebagai ponsel cerdas memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi, seperti komputer yang dilengkapi dengan sistem operasi yang canggih¹. Produsen berusaha menciptakan *smartphone* yang menawarkan berbagai macam keunggulan seperti, fitur, harga, serta promosi agar dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Apple merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perangkat keras dan lunak dan salah satu produk yang dihasilkan oleh *Apple* adalah *iPhone*. *iPhone* sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, seperti yang dijelaskan pada artikel *online* bahwa Indonesia menempati posisi teratas dalam daftar Negara yang masyarakatnya memiliki ketertarikan pada *iPhone*². Namun kenyataannya memang bukan hal yang mudah bagi *iPhone* untuk bertahan di pasar *smartphone*. Menurut artikel *online* lainnya disebutkan bahwa pada kuartal pertama tahun 2016 *iPhone* hanya terjual sekitar 51 juta unit, sedangkan pada tahun 2015 *Apple* berhasil menjual *iPhone* sebanyak 61, 2 juta unit³. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya merek *smartphone* lain yang beredar di pasaran, terutama dari *vendor-vendor* China yang akhirnya mengakibatkan rendahnya pembelian konsumen terhadap produk *iPhone*⁴. Seperti yang terjadi pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang mahasiswanya lebih tertarik membeli *smartphone* merek lain daripada *iPhone*. Sehingga, jelas ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *iPhone*.

¹https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas. Diakses pada tanggal 18 Maret 2017

²<http://m.metrotvnews.com/read/2016/03/31/506658/> Peminat Iphone Paling Banyak Berasal dari Indonesia. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

³<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160425080554-185-126223/ketakutan-tim-cook-terbukti-penjualan-iphone-turun/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

⁴<http://selular.id/kolom/2016/11/inikah-tanda-tanda-kejatuhan-apple/>. Diakses pada 25 Maret 2017

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga mungkin menjadi salah satu ukuran dalam menentukan kualitas, serta seberapa besar manfaat yang diperoleh konsumen, jika menggunakan suatu produk. Namun bagi konsumen menengah kebawah, harga akan menjadi pertimbangan bagi mereka, jika ingin membeli suatu produk dan apabila harga produk tersebut terbilang cukup mahal, maka mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan.

iPhone memiliki harga yang cukup tinggi. Hal ini karena pihak produsen berusaha menciptakan fitur terbaik supaya dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya, serta karena adanya penetapan pajak pendapatan Negara, membuat harga *iPhone* di Indonesia menjadi lebih mahal dari Negara-Negara lain⁵.

Menurut hasil *survey* awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, menunjukkan bahwa karena harga *iPhone* yang terlalu mahal dan mereka belum memiliki penghasilan yang cukup akhirnya membuat mereka enggan untuk membeli *iPhone*.

Pada artikel *online* juga disebutkan bahwa meskipun *iPhone* memiliki teknologi yang sangat mumpuni, namun karena teknologi tersebut membuat harga *iPhone* terlalu tinggi, sehingga konsumen menjadi tidak tertarik untuk membeli *iPhone*⁶.

⁵<https://id.techinasia.com/indonesia-negara-dengan-iphone-7-termahal> diakses pada tanggal 18 Maret 2017

⁶<http://www.jurnalweb.com/kelemahan-iphone-yang-bikin-orang-enggan-membeli/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas layanan. Salah satu yang menjadi bagian terpenting dari kualitas layanan adalah *service center*. Tetapi kenyataannya tidak semua perusahaan menyediakan *service center* yang baik pada konsumennya, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa karena kurangnya ketersediaan *sales service center* dan suku cadang *iPhone*, akhirnya membuat mereka mempunyai berbagai pertimbangan untuk tidak membeli *iPhone*. Hal tersebut terjadi karena semua proses *service* produk *iPhone* masih ditangani oleh distributor resmi dan suku cadangnya harus *diimpor* dari Singapura, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk proses reparasi, jika terjadi kerusakan.

Artikel *online* lainnya juga menjelaskan bahwa terdapat kesenjangan kualitas layanan antara pusat *service iPhone* di Indonesia dengan Negara lain. Hal ini berkaitan dengan masa tunggu perbaikan yang bisa mencapai berbulan-bulan di Indonesia⁷.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kelompok referensi. Kelompok referensi mungkin dapat menjadi rujukan bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

⁷<http://selular.id/news/2015/02/ini-alasan-kenapa-service-iphone-di-indonesia-lama/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan peneliti pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa mereka kurang tertarik untuk membeli *iPhone* karena adanya pengaruh dari orang-orang di sekitar mereka seperti, teman-temannya yang merekomendasikan *smartphone* merek lain yang memiliki spesifikasi yang sama dengan *iPhone*, namun dengan harga yang lebih murah, contohnya adalah *smartphone* dengan merek *Oppo* yang belum lama ini dirilis, sehingga keputusan pembelian untuk *iPhone* menjadi rendah.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas mungkin menjadi hal terpenting bagi produsen dalam menciptakan suatu produk, jika produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk yang lainnya, maka konsumen mungkin dapat melakukan keputusan pembelian.

Menurut hasil *survey* awal yang peneliti lakukan pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa banyak fitur-fitur pada *iPhone* yang terkesan menyulitkan konsumen, seperti halnya tidak ada *bluetooth*, aplikasi berbayar, serta kabel *charger* yang berbeda dengan pengguna *android* lainnya. Hal tersebut akhirnya menjadi pertimbangan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan akhir untuk membeli *iPhone*.

Menurut artikel *online*, *iPhone* memiliki kualitas terbaik dengan menggunakan sistem operasi *ios* yang berbeda dari *smartphone* lainnya menjadi nilai

tambah untuk perangkat tersebut, selain itu bahan yang digunakan, serta daya tahan baterai pada *iPhone* menggunakan bahan-bahan dengan kualitas tinggi⁸.

Namun belakangan kualitas produk *Iphone* mulai dipertanyakan karena diperkirakan *iPhone* mengalami penurunan dalam kualitas. Seperti yang dilansir oleh artikel *online* bahwa seri *iPhone* 6 dengan mudahnya mengalami kebengkokan jika terjadi tekanan, sehingga akan mengurangi keindahan dari *gadget* tersebut, walaupun masih bisa digunakan⁹.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu harga, kualitas layanan, kelompok referensi dan kualitas produk.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang masalahnya rendahnya keputusan pembelian *iPhone* pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Harga yang mahal.
2. Kualitas pelayanan yang kurang maksimal.

⁸<https://www.riaume.com/3-alasan-kenapa-produk-apple-lebih-berkelas-di-banding-produk-lain.html>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

⁹<https://www.spesifikasiharga.com/apple-iphone-6-plus-dikabarkan-mudah-bengkok/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017

3. Kelompok referensi yang tidak baik.
4. Kualitas produk yang tidak baik.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara kelompok referensi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian *iPhone* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta?”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan masukan dalam pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hubungan antara kelompok referensi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal yang terdapat dalam skripsi ini, sehingga mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik lagi.

3. Universitas Negeri Jakarta

Untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah di masa yang akan datang dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lainnya tentang hubungan antara kelompok referensi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

4. Perusahaan

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas. Selain itu, dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.