

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sejarah Perusahaan

Apple didirikan bulan April tahun 1976 oleh Steve Jobs, Steve Wozniak dan Ronald. Apple Inc. adalah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino , California yang mendesain, mengembangkan, dan menjual barang elektronik, perangkat lunak komputer, dan layanan online. Perangkat keras yang dibuat Apple mencakup iPhone, iPad, Mac, iPod, Apple Watch, Apple TV dan HomePod. Perangkat lunak yang dibuat oleh Apple mencakup sistem operasi macOS dan iOS, iTunes, Web safari, selain itu alat kreativitas dan produktivitas iLife dan iWork, serta berbagai aplikasi profesional seperti Xcode, Final cut pro, dan Logic pro.

Seiring berjalannya inovasi, pada 9 Januari 2007, Steve Jobs CEO Apple dalam acara Macworld Expo resmi memperkenalkan produk barunya. Produk baru ini adalah iPhone dengan kemampuan memutar musik digital, memainkan video dan mengakses internet. Tepatnya pada tanggal 29 Juni 2007, perangkat iPhone pertama atau diberi julukan iPhone 2G resmi dijual. iPhone 2G menjadi generasi pertama dari iPhone yang dirilis pada Januari 2007. Dengan resolusi layar 3,5 inci, kapasitas penyimpanan 4GB atau 8GB, resolusi 320 x 480 pixel dan 2 MP kamera. Tidak berselang lama, tahun 2008 Apple sudah bisa digunakan oleh beberapa negara di Asia. Masih di tahun 2008 iPhone kembali merilis *smartphone* baru, yakni iPhone 3G dan 3GS. *Smartphone* ini telah mendukung jaringan 3G yang lebih kencang dan kapasitas memori 32GB. Tambahan fitur GPS dan tri-band UMTS pada *smartphone* ini. iPhone 3GS menunjukkan adanya beberapa tingkatan spesifikasi. Pada tahun 2010 peluncuran iPhone 4, dengan desain menjadi lebih tipis dan hadir dengan kapasitas RAM yang lebih besar membuat kinerja iPhone 4 lebih kencang. Pada tanggal 4 Oktober tahun 2011 Apple resmi memasarkan iPhone 4S untuk pertama kalinya Apple mulai memperkenalkan *siri (Intelligent Personal Assistant)*. Melalui iPhone generasi kelima inilah, kecanggihan produk Apple semakin terlihat. Pada tahun 2012 dan 2013 Apple memperkenalkan yakni iPhone 5, iPhone 5S, dan iPhone 5C. Ketiga produk Apple ini telah memiliki ukuran layar 4 inci dengan dukungan dari LTE dan mendukung koneksi internet cepat 4G LTE. Pada tahun 2014 Apple meluncurkan iPhone 6 dengan layar 4,7 inci dan iPhone 6 Plus dengan layar 5,5 inci. Apple juga mulai menambahkan fitur

konektivitas WiFi dan NFC sebagai *mobile payment*. Pada tahun 2016 iPhone SE diluncurkan, masih di tahun yang sama tepatnya 16 September 2016, Apple merilis iPhone 7 dan iPhone 7 Plus. Pada tahun 2018 dua seri iPhone X yakni iPhone XS dan iPhone XS Max meluncur dan iPhone XR pada 13 September 2018. Meningkatkan signifikan dengan mengandalkan prosesor A12 bionic. Tahun 2019 Apple memperkenalkan trio iPhone 11 yang terdiri dari iPhone 11, iPhone 11 Pro, dan iPhone 11 Pro Max. Pada tahun 2020 Apple kemudian merilis deretan iPhone generasi terbarunya. Dengan demikian, iPhone 12 meluncur dengan empat varian yang terdiri dari iPhone 12 Reguler, iPhone 12 mini, iPhone 12 Pro, dan iPhone 12 Pro Max. Masing-masing varian memiliki tiga kapasitas penyimpanan yang berbeda-beda. iPhone 12 adalah *smartphone flagship* yang tentu saja memiliki kualitas lebih dibandingkan dengan model sebelumnya. Perubahan yang sangat mencolok dari iPhone 12 series ini dengan model-model sebelumnya adalah mulai digunakannya layar berjenis super retina XDR OLED, support jaringan 5G dan memakai chipset Apple A14 bionic. Dalam seri ini, Apple tidak lagi menjual charger dalam satu paket penjualan iPhone 12 series. Itulah sejarah dan perkembangan smartphone iPhone dari tahun ketahun.

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **b. Visi**

Appel disetiap meja

#### **b. Misi**

Apple memicu revolusi komputer pribadi pada tahun 1970an dengan Apple II dan diciptakan kembali komputer pribadi pada tahun 1980 dengan macintosh. Apple berkomitmen untuk membawa pengalaman komputasi personal terbaik kepada siswa, pendidik, profesional kreatif dan konsumen diseluruh dunia melalui inovasi *software*, *hardware*, dan persembahan internet.

### 1.1.3 Perkembangan produk *smartphone* iPhone

Berikut perjalanan produk *smartphone* iPhone dari masa ke masa :

Tabel 1.1

#### PERKEMBANGAN PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE

Tahun	Tipe	Tahun	Tipe
2007	iPhone 2G	2014	iPhone 6 dan iPhone 6 Plus
2008	iPhone 3G	2015	iPhone 6s dan iPhone 6s Plus
2009	iPhone 3GS	2016	iPhone SE
2010	iPhone 4	2017	iPhone 8 dan iPhone 8 Plus
2011	iPhone 4S	2018	iPhone X, iPhone XS, iPhone XS Max
2012	iPhone 5	2019	iPhone 11, iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max
2013	iPhone 5S dan iPhone 5C	2020	iPhone 12, iPhone 12 Mini, iPhone 12 Pro, iPhone 12 Pro Max

*Sumber:* Data Olahan Peneliti, 2021

### 1.2 Latar Belakang

Teknologi semakin hari semakin berkembang dan semakin canggih. Teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari, baik itu untuk pekerjaan, hiburan ataupun komunikasi satu sama lain (Kompas, 2020). Ada banyak teknologi yang dapat membantu aktivitas manusia. Contoh paling sederhana adalah menggunakan *smartphone* sebagai alat komunikasi dan meningkatkan cara orang berkomunikasi (Merdeka, 2020). Teknologi dapat dilihat secara positif jika membawa manfaat yang besar dan mendukung aktivitas manusia. Seiring masyarakat menggunakan teknologi, dunia teknologi menjadi lebih canggih. Komunikasi yang dulunya memakan waktu lama untuk berkomunikasi kini jauh lebih cepat berkat teknologi, dan seolah tak ada jarak (bdkjakarta.kemenag, 2020).

Di era pandemi ini, interaksi dengan lingkungan sosial tidak lagi sebebaskan dulu. Hal ini menjadikan *smartphone* sebagai sarana komunikasi dan informasi. Seperti pandemi Covid-19 saat ini, salah satunya berdampak pada pembelajaran *online*, pembelajaran melalui media sosial, belanja *online* dan pekerjaan *online* melalui *smartphone* (kominfo.bengkulukota, 2021). Salah satu contoh saat ini pandemi menjadi tantangan dalam mengembangkan kreativitas terhadap penggunaan teknologi, bukan hanya transmisi pengetahuan, tapi juga bagaimana memastikan pembelajaran tetap tersampaikan dengan baik (dikti.kemdikbud.go.id, 2020).



**Gambar 1.1 Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia**

*Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>, 2020*

Penggunaan *smartphone* di Indonesia sudah tidak asing lagi dan mudah untuk dijumpai, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa menggunakan *smartphone*. Berdasarkan hasil data diatas pengguna *smartphone* diprediksi akan terus meningkat dimasa yang akan datang. Pada tahun 2015, hanya terdapat 28,6% penduduk di Indonesia yang menggunakan *smartphone*. Seiring berjalannya waktu, *smartphone* menjadi lebih terjangkau dan adanya peningkatan penggunaan *smartphone*. Pada tahun 2018 terdapat 56,2% juta penduduk yang telah menggunakan *smartphone*. Setahun kemudian sebanyak 63,3% juta penduduk di Indonesia yang telah menggunakan *smartphone*. Pada tahun 2025, setidaknya 89,2% penduduk di Indonesia akan menggunakan *smartphone* dengan memanfaatkan fitur yang ada di *smartphone*. Angka dalam enam tahun itu memprediksi sejak (2019-2025), terkait penetrasi *smartphone* di Indonesia meningkat 25,9% (databoks.katadata, 2020).

Potensi perkembangan *smartphone* di Indonesia yang ditunjang dengan jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat (tekno.kompas, 2021). Salah satu merek *smartphone* yang terkenal saat ini adalah Apple iPhone. Setiap *smartphone* memiliki fitur khusus dan kelebihan masing-masing, bertujuan untuk menarik minat masyarakat

untuk membeli *smartphone* yang dapat digunakan kapan saja dan mampu membantu berbagai macam pekerjaan.

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di Kota Bandung. Alasan penulis mengambil penelitian di Kota Bandung karena, tingginya pengguna *smartphone* di Kota Bandung (bandung.pojoksatu, 2020). Bandung masih menjadi pasar yang menggiurkan untuk penjualan *smartphone*, utamanya kaum milenial yang sangat mudah tergoda ketika *smartphone* versi baru dirilis. Konsumen *smartphone* di Bandung selalu *up to date* untuk produk terbaru (pikiranrakyat, 2020). Menurut (jabarprov.go.id, 2020) berdasarkan data statistik bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia saat ini sekitar 150 juta orang, dan 16,4 juta diantaranya berada di Jawa Barat dan Kota Bandung merupakan pengguna terbesar se Jawa Barat, selanjutnya ada kota Bekasi dan Bogor.

Menurut (brainmass.com, 2021) Target pasar iPhone sebagian besar adalah anak muda dan pekerja profesional berusia 18-35 tahun yang sadar akan merek dan gaya. Konsumen ini menyukai gadget dan teknologi baru dan beberapa di antaranya mungkin juga setia pada merek Apple. Penulis memilih iPhone 12 karena, *smartphone* buatan Apple ini selalu tampil menggoda dengan memiliki desain premium, teknologi kamera yang mumpuni dan OS yang keren dan membuat iPhone selalu diburu walaupun harganya selalu dianggap mahal. iPhone 12 merupakan ponsel 5G pertama dari seri iPhone pendahulu (mediablitar.pikiranrakyat.com, 2020). Dan hasil riset strategy analytics, Apple menduduki peringkat pertama dalam hal penjualan *smartphone* 5G di kuartal pertama 2021 (makemac.grid.id,2021). Dan iPhone 12 series yang dirilis Apple pada oktober 2020 menyumbang sebagian besar pengiriman pangsa pasar ponsel Indonesia dari Juli 2020 hingga Juli 2021 (dailysocial.id, 2021).

Menurut Veronika & Kartawinata (2021) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Yang dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang sesuai, harga yang terjangkau dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Wijaya (2018:9) kualitas barang dan jasa didefinisikan sebagai kombinasi umum dari karakteristik barang dan jasa di bawah pemasaran, pengembangan, produksi dan jasa teknis. Dimana barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Dikutip dari (carisinyal, 2021) adapun beberapa kelebihan fitur yang dimiliki *smartphone* iPhone 12 :

#### 1. Layar super retina SDR OLED

Berbeda dengan iPhone 11 biasa yang hanya dibekali panel layar IPS-LCD, semua produk iPhone 12 series sudah memiliki panel Super Retina XDR OLED. Ini adalah peningkatan yang cukup dramatis. Faktanya, OLED sangat unggul karena mengkonsumsi lebih banyak baterai dan juga menawarkan kontras warna yang tak terbatas antara hitam dan putih. Layar iPhone 12 memiliki diagonal layar 6,1 inci dengan resolusi 1170 x 2532 piksel. Layar ini juga beroperasi dengan rasio aspek 19 5:9 dan mencapai kerapatan piksel 460 dpi. Seperti varian lainnya, iPhone 12 juga dilengkapi layar yang terbuat dari kaca keramik, sehingga 4 kali lebih kuat dari iPhone 11 saat dijatuhkan. Kecerahan juga mencapai 1200 nits (maksimum) dengan kecerahan tipikal 625 nits.

#### 2. Performa chipset terbaik di Industri

Memilih iPhone 12 adalah langkah yang tepat, dibanding generasi sebelumnya. iPhone 12 dibekali chipset yang lebih bertenaga, yakni Apple A14 bionic. Tidak ada ponsel lain yang bisa menandingi performa chipset ini selain varian iPhone 12 sebelumnya seperti iPhone 12 Pro dan Promax. Dari perbandingan benchmark saja terlihat bahwa ponsel *flagship* lainnya seperti Samsung Galaxy Note20 Ultra terus kalah. Sementara iPhone 12 mencapai skor *benchmark geekbench single-core* 1589 poin dan skor *multi-core* 4008, Note20 Ultra hanya mencapai 955 untuk tes *singlecore* dan 3176 untuk tes *multi-core*.

#### 3. Dukungan perekaman Dolby Vision

iPhone 12 dilengkapi dengan fungsi perekaman yang bahkan lebih canggih dari kamera profesional. Standar rentang dinamis tinggi yang disebut Dolby Vision hadir di iPhone 12 dan memungkinkan untuk menghasilkan karya dengan akurasi warna yang lebih baik dikombinasikan dengan kekuatan pemrosesan yang memadai dalam pengeditan. Untung profesional kreatif bahkan harus menambahkan dolby vision saat merekam rekaman iPhone 12 rekaman dolby vision secara *real time* untuk setiap *frame*.

#### 4. Sertifikasi tahan air dan debu terbaik di Industri

iPhone 12 hadir dengan sertifikasi tahan air dan debu terbaik di industri ponsel, yaitu IP68. Sertifikasi ini juga hadir di semua produk iPhone 12 series dan mencegah perangkat langsung rusak jika terjatuh ke genangan air dari kedalaman

hingga 1,5 meter selama 30 menit. Namun Apple sendiri masih meninggalkan pesan bahwa iPhone 12 tidak disarankan untuk mandi atau berenang.

5. Foto malam hari berkualitas

iPhone 12 sangat menarik bagi pecinta fotografi berkat kualitas perekaman malam yang hampir sempurna. Pengaturan kamera gandanya mencakup lensa utama 12 MP dengan ukuran sensor 1/3,6 inci dan panjang fokus f/1.6. Sedangkan yang lainnya juga menggunakan resolusi 12 MP sebagai lensa *ultra wide angle*. Ada lensa 12 MP di bagian depan, yang juga kompatibel dengan sensor SL 3D untuk sensor kedalaman dan pengenalan wajah.

Setiap *smartphone* pastinya memiliki kelebihan dan kekurangan, Dikutip dari (carisinyal, 2021) iPhone 12 memiliki beberapa kekurangan yaitu :

1. Tidak ada Touch ID

iPhone 12 sudah memiliki Face ID yang digunakan untuk mengidentifikasi wajah dan membuka kunci secara otomatis, namun iPhone 12 tidak memiliki Touch ID atau pemindai jari. Mengingat peluncuran iPhone 12 ini bersamaan dengan masa *new normal* akibat pandemi sungguh repot jika harus membuka masker untuk membuka kunci atau melakukan konfirmasi saat transaksi digital.

2. Tidak menyertakan kepala casan dan *earphone*

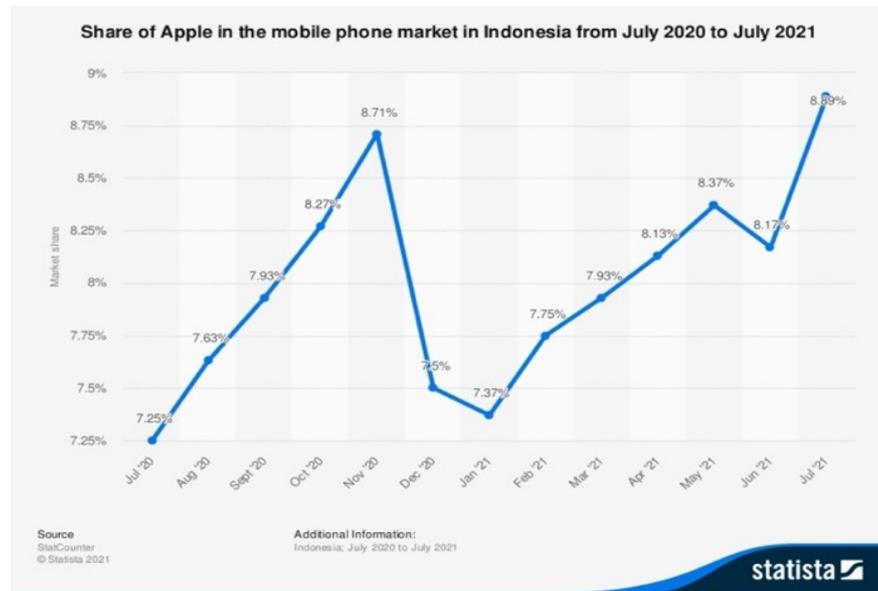
Untuk menghindari jejak karbon, Apple iPhone telah memutuskan untuk mengecilkan kotak belanja dengan melepas kepala pengisi daya dan *earphone*.

3. Tidak ada *refresh rate* tinggi

iPhone 12 merupakan produk *flagship* dengan harga selangit. Namun masih memiliki kekurangan yang membuatnya kalah bersaing dengan *flagship* lainnya. iPhone 12 masih mentok pada kecepatan 60 Hz. Ini berarti bahwa pengguna tidak akan dapat melihat kualitas transisi layar yang mulus selama penggunaan sehari-hari.

4. Tanpa lensa LiDAR

Mengingat label harga iPhone 12 yang sangat mahal namun tidak memiliki sensor LiDAR dan sebagai hasilnya akan lebih layak membeli iPhone 12 Pro yang sudah mempunyai sensor LiDAR.



**Gambar 1.2 Pangsa Apple di pasar ponsel Indonesia dari Juli 2020 hingga Juli 2021**

*Sumber : <https://www.statista.com>, 2021*

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pada bulan Juli ke November 2020 mengalami kenaikan sebesar 0,38%. Pada bulan November 2020 ke Januari 2021 mengalami penurunan sebesar 1,34%. Pada bulan Januari ke Mei 2021 mengalami kenaikan sebesar 1%. Namun, pada bulan Mei ke Juni 2021 mengalami penurunan sebesar 0,2%. Pada bulan Juni ke Juli 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,72%.

Berdasarkan data tersebut, pangsa pasar Apple terbilang fluktuatif sejak Juli 2020 sampai Juli 2021, hal itu didukung oleh adanya beberapa faktor. Seperti dikutip dari (dailysocial, 2021) hasil riset pasar IDC telah merilis laporan terbaru tentang pangsa pasar *smartphone*. Bahwa iPhone 12 series yang dirilis Apple pada Oktober 2020 menyumbang sebagian besar pengiriman pangsa pasar. Dikutip dari (makemac.grid, 2021) Hasil riset *strategy analytics*, Apple menduduki peringkat pertama dalam hal penjualan *smartphone* 5G di kuartal pertama 2021. *Strategy analytics* mengungkapkan bahwa selama kuartal pertama 2021 Apple berhasil menjual 40,4 juta iPhone 12 series. Dikutip dari (seluler, 2021) hasil riset lembaga penelitian canalys, Apple iPhone berubah menjadi lima besar pada kuartal kedua tahun 2021.

Xiaomi yang menduduki peringkat ketiga pada periode sebelumnya, kini bisa melewati Apple.

Menurut Purnomo & Sari (2021) bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Yang dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk sangat menentukan bagaimana calon konsumen mempertimbangkan untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk.

Dikutip dari (JawaPos, 2020) iPhone 12 memiliki harga yang lebih mahal dari pada produk sebelumnya, iPhone 12 dibandrol dengan harga yang mahal tetapi tanpa adanya aksesoris *EarPods* dan adaptor charger daya, ini membuat kecewa para Apple *fanboys* atau *fans* Apple.

Berdasarkan data diatas dapat disebabkan oleh beberapa faktor-faktor yaitu dengan muncul nya pesaing lain, adanya kekurangan kualitas produk, dan harga yang tinggi untuk konsumen. Dengan adanya kekurangan iPhone 12, pelanggan dapat memiliki kebebasan penuh untuk membuat keputusan tentang produk mana yang ingin mereka beli. Konsumen dapat memutuskan pembelian dengan melihat kualitas produk tersebut karena kualitas produk merupakan salah satu faktor penting untuk kesuksesan pemasaran.

Strategi pemasaran dengan menggunakan harga, produk, promosi dan distribusi yaitu kombinasi dari empat variabel yang selalu berubah sejalan dengan aktivitas perusahaan dan perubahan lingkungan pemasaran serta perubahan perilaku konsumen. Perilaku konsumen berkaitan erat dengan keputusan pembelian baik individu, kelompok maupun organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan barang dan jasa. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian tersebut.

Menurut Ismayana & Hayati (2018) bahwa harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Yang dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177) keputusan pembelian didefinisikan sebagai bagian dari perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana produk, layanan, ide, atau pengalaman

dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Biasanya pembeli memutuskan untuk membeli merek yang paling mereka sukai, tetapi ada dua faktor antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah proses terintegrasi yang mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan menggabungkan pengetahuan untuk memilih salah satunya.

Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli. Salah satu produk *smartphone* yang terkenal yaitu Appel. Appel ini merupakan perusahaan elektronik yang menghasilkan beberapa barang elektronik termasuk *smartphone* dengan merek iPhone.

Dasar dari pengambilan keputusan pembelian adalah pertimbangan atas kualitas produk dan harga. Kenyataan menunjukkan bahwa saat ini kualitas produk dan harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Terdapat banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, Atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur dan desain merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal itu juga didukung oleh Kotler dan Armstrong (2016:21) yang menyatakan bahwa atribut produk terdiri dari kualitas produk, fitur dan desain. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung pada perspektif atau ciri-ciri yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh persepsi harga. Pada hakikatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan di jatuhkan pada produk tersebut (Swasta dan Irawan, 2012:87).

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya adalah proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena penelitian keputusan pembelian masih layak untuk diteliti karena semakin banyaknya produk yang beredar menyebabkan masyarakat harus mempertimbangkan berbagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Salah satu keunggulan bersaing dalam bisnis adalah kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk dapat berhasil. Produk yang berbeda dan berkualitas akan menjadi produk yang paling mungkin memiliki konsumen yang loyal. Kualitas produk merupakan faktor penting ketika konsumen memilih suatu produk. Karena bagi konsumen, yang diutamakan adalah kualitas produk itu sendiri.

Selain kualitas produk salah satu faktor yang terpenting dalam persaingan bisnis, adanya faktor lain yaitu harga yang memegang peranan penting dalam transaksi antara produsen dan konsumen. Harga adalah atribut produk atau jasa yang digunakan sebagian besar konsumen untuk menilai suatu produk. Oleh karena itu, penetapan harga sangat penting untuk perjalanan bisnis, karena harga merupakan cara bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Setiap perusahaan akan menggunakan strategi yang berbeda untuk menentukan harga terbaik. Strategi penetapan harga umumnya dibagi lagi berdasarkan jenis produk, produk baru, atau produk yang sudah beredar (Sopiah & Sangadji, 2013:132).

Hubungan antara kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mugits, 2019) tentang "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone X di Tasikmalaya". Dengan hasil penelitian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* iPhone 12 di Kota Bandung"**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik suatu perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk iPhone 12 menurut konsumen di kota Bandung ?
2. Bagaimana harga iPhone 12 menurut konsumen di kota Bandung ?
3. Bagaimana keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung ?

4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung secara simultan ?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung secara parsial ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas produk iPhone 12 menurut konsumen di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui harga iPhone 12 menurut konsumen di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung secara simultan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone 12 di kota Bandung secara parsial.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1.5.1 Bagi Perusahaan**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian untuk di masa yang akan datang.

##### **1.5.2 Bagi Penulis**

Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima serta untuk tambahan informasi dan memperluas pengetahuan. Dan juga penelitian ini ditujukan untuk penyusunan tugas akhir pada program studi S1 Administrasi Bisnis.

### **1.5.3 Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran secara menyeluruh dalam penelitian ini, maka penulis membaginya kedalam lima bab berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematikan penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang berkaitan dengan topik dan variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan akhir dan saran saran yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya.