

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE*
IPHONE DI KOTA PALEMBANG**



Disusun Oleh :

David Ludiman

1721200002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2021**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2020/2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* IPHONE
DI KOTA PALEMBANG**

David Ludiman

1721200002

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kota Palembang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Potensial yang berminat terhadap Produk iPhone di Kota Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 183 sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Linier berganda, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F dan koefisien determinasi. Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di Kota Palembang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Promosi, dan Minat Beli



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman di Indonesia, Teknologi semakin pesat dengan banyaknya hal-hal baru menyertai dengan kehidupan saat ini. Kebutuhan Konsumen menggunakan alat Telekomunikasi semakin meningkat. Pertumbuhan industri *smartphone* di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan yang cukup besar.

Persaingan tersebut dapat dilihat dari banyaknya ragam Produk-produk yang dikeluarkan perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia usaha. *Smartphone* merupakan telepon Seluler (Ponsel) yang dibekali dengan berbagai macam fitur secara spesifikasinya, serta berbagai inovasi fitur dalam produknya. Salah satu contoh perusahaan Elektronik dibidang telekomunikasi atau telepon genggam yang pada saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Semua golongan masyarakat dari bawah hingga atas telah menggunakan *Smartphone* dalam berbagai keperluan, baik untuk urusan bisnis, keluarga, atau keperluan lainnya.

Pada perkembangan *Smartphone* mulai sangat berkembang dengan menawarkan kemajuan teknologi saat ini seperti *me-launching Smartphone* yang mendukung fitur-fitur 5G seperti iPhone Apple 12. iPhone 12 resmi

diluncurkan pada tanggal 13 Oktober 2020 lewat event ajang “*Hi,Speed*”. Acara tersebut telah disiarkan secara online melalui *website* nya sendiri Apple.com (Hantono, 2020). Perkembangan yang mencolok dengan konektivitas 5G dapat berjalan lebih cepat daripada konektivitas 4G pada umumnya. Pada event tersebut iPhone memperkenalkan beberapa Produk barunya salah satunya iPhone 12 Mini, iPhone 12, iPhone 12 Pro, dan iPhone 12 pro Max. Tidak hanya itu pihak Apple tetap mempertahankan kan produk sebelumnya diantaranya iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max, iPhone 11, iPhone XS, iPhone XS Max, serta iPhone XR dan lain-lain nya, yang menjadi acuan jumlah penjualan, serta menjadi penguasa pasar iphone di seluruh dunia. Pada produk-produk iPhone memiliki kualitas produk dan harga yang berbeda-beda dengan membuat masyarakat berminat membeli suatu smartphone yang berbeda berdasarkan kemampuan masyarakat dan kebutuhan masyarakat akan produk iphone yang di belinya. Hal ini telah percaya akan produk iphone tersebut maka masyarakat pun akan berminat membeli kembali merek iphone tersebut karena telah merasa percaya dengan apa yang telah di beli dan kualitas yang diberikannyasehingga menarik perhatian masyarakat akan minat pembeli. Hal ini membuktikan berdasarkan penguasa pasar *Smartphone* di Global dari berbagai jenis merek smartphone :

Tabel 1.1.

5 Besar Penguasa Pasar Smartphone Global Kuartal IV-2020

Perusahaan	Penjualan 4Q 2019 (unit)	Pangsa pasar Q4 2019 (%)	Penjualan 4Q 2020 (unit)	Pangsa pasar 2020 (%)
Apple	69,550.6	17.1	79,942.7	20.8
Samsung	70,404.4	17.3	62,117.0	16.2
Xiaomi	32,446.9	8.0	43,430.3	11.3
Oppo	30,452.5	7.5	34,373.7	8.9
Huawei	58,301.6	14.3	34,315.7	8.9
Lain-lain	145,482.1	35.8	130,442.8	33.9
Total	406,638.1	100	384,662.3	100

Sumber : Kompas, 2021

Pada Kuartal 4 di tahun 2019 Tabel 1.1. Produk Apple Penjualannya yaitu sebesar 69,550.6 dan pangsa pasarnya sebesar 17.1%, yang menjadi nomor 2 bagian penjualan kuartal 4, sedangkan pada produk samsung penjualannya sebesar 70,404.4 dan pangsa pasarnya 17.3% yang menjadi penjualan tertinggi pada tahun tersebut , produk Xiaomi penjualan 32,336.9 dan pangsa pasar nya 8.0%, pada produk Oppo penjualanya 30,452.5 dan pangsa pasarnya sebesar 8,9 %, sedangkan pada produk Huawei penjualannya 58,301.6 dan pangsa pasarnya sebesar 14.3 persen dan menjadi penjualan nomor ke-tiga pada penjualan Kuartal 4. Sedangkan yang lainnya seperti Vivo, Realme, blackberry, Nokia, Mito dan lainnya Penjualan mencapai 145,482.1 dan pangsa pasarnya 35.8 %.

Berdasarkan pada Tabel 1.1. menunjukkan bahwa pada Kuartal 4 di tahun 2020 posisi Apple berada di nomor 1 yang mengalami dengan peningkatan penjualan di dunia yaitu sebesar 79,942.7 unit dan pangsa pasar 20.8% selanjutnya di susul oleh samsung dengan

penurunan penjualan sebesar 62,117.0 unit dan pangsa pasar 16.2 %, pada posisi ke 3 yaitu produk Xiaomi dengan peningkatan penjualan 43,430.3 dan pangsa pasar 11.3 % , selanjutnya yaitu Oppo dengan peningkatan penjualan sebesar 34,373.7 dan pangsa pasar 8.9 % dan tidak jauh dengan produk huawei mengalami penurunan penjualan sebesar 34.315.7 dan pangsa pasar 8,9%.

Pada Tabel 1.1. yang menyebabkan merek iPhone meningkat di dunia salah satunya adalah penjualan ponsel iPhone 12, iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max, iPhone 11, iPhone XS, iPhone XS Max, serta iPhone XR dan lainnya yang membedakan fitur dan kualitas pada iPhone setiap tahunnya. Pada beberapa merek *Smartphone* telah bersiap dengan menambah fitur dan Kualitas produknya tersebut salah satunya merupakan merek pesaingnya Samsung, Vivo, Xiaomi, Oppo, Huawei, dan lain-lain.

Maka dari itu hubungan dari penjualan iPhone di dunia akan mempengaruhi Tingkat penjualan di Indonesia salah satunya pada wilayah Palembang, yang menjadi perbandingan tingkat penjualan iPhone dengan Merek lainnya berikut Perbandingannya :

Tabel 1.2. Perbandingan Penjualan Smartphone Samsung dan iPhone di Kota Palembang

Tahun	Samsung (Unit)	iPhone (Unit)
2017	2670	1095
2018	1827	736

2019	1091	542
2020	2.555	1468
Jumlah	8.143	3841

Sumber : iBox Palembang Icon dan samsung 2021

Berdasarkan Tabel di atas bahwa pada Tahun 2017 iPhone mengeluarkan produk bernama iPhone 8+ dan iPhone X yang di mana menjadi pembelian terbanyak pada masanya karena memiliki Spesifikasi yang menarik untuk di beli sebab memiliki desain serta ukuran yang cukup besar, memiliki layar yang aman untuk mata serta harga terbilang cukup murah dibandingkan produk iPhone series lainya (Hardian, 2020).

Pada Tahun 2018 iPhone mengeluarkan produk barunya yaitu iPhone XR, XS dan XS max, pada tahun 2018 iPhone mengalami kekurangan di karenakan Pada panel Layar LCD resolusinya sedikit di atas HD dan kerapatan Pikselnya hanya setara dengan iPhone 5 pada tahun lalu, XR tidak memiliki Dual kamera yang tidak dimiliki seperti iPhone 8 dan iPhone X, dan kurang memiliki sisi elegan di bandingkan dengan iPhone sebelumnya serta harga yang terbilang cukup mahal menurut (Cahya, 2018).

Pada tahun 2019 iPhone Mengeluarkan produk Yaitu iPhone 11, 11 Pro, dan 11 Pro max pada tahun ini memiliki kekurangan dari segi Harga sangat terbilang mahal karena Apple dikenal sebagai Brand yang prestisius, selain itu kamera yang di miliki oleh iPhone ini ada 3 yang

kekurangannya tidak memiliki auto focus dan mode malam (Nugraha, 2021).

Selanjutnya pada Iphone 12 pada tahun 2020 sebagian iphoen 12 ini masing 4G sebagian telah mengusung konektifitas 5G yang menjadi daya tarik konsumen yang telah mempersiapkan 5G serta ukuran layar yang besar dan memiliki kamera unggulan di bandingkan yang lain (Prastya, 2021).

Dari Tabel 1.2. di atas mengenai Data Penjualan iPhone di Kota Palembang pada tahun 2020, penulis menyimpulkan bahwa penjualan iphone mengalami peningkatan ini penulis mengasumsikan bahwa terjadi pergeseran aktivitas yang memperngaruhi gaya hidup serta penggunaan *Smartphone* iPhone meningkat serta minat pembelian yang meningkat pula.

Tabel 1.3. Peringkat Penjualan *Smartphone* pada Tahun 2021

Merek	TBI 2021
Samsung	37.1 %
Oppo	19.3 %
Xiaomi	12.4 %
Iphone	11.0 %
Vivo	7.9 %

Sumber : topbrand-award

Berdasarkan data dari Tabel 1.3. di atas bahwa merek Apple iPhone berada di tingkat *TOP BRAND* nomor 4 di tahun 2021, dengan

index persentase sebesar 11.0 %, akan tetapi merek iPhone tidak masuk Top Brand pada tahun 2019 dan 2018. Dengan peningkatan Penjualan dapat diperkirakan bahwa minat beli konsumen terhadap iPhone mengalami peningkatan.

Maka dari itu dibutuhkannya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi dalam memasarkan produk tersebut. Hal ini juga berkaitan dengan penjualan pasar Apple di Indonesia yang memiliki peran penting dalam persaingan pasar media komunikasi terhadap minat beli *Smartphone* di Indonesia.

Kualitas produk pada dasarnya memiliki keunggulan untuk bersaing dengan produk lain. Karena kualitas produk merupakan salah satu strategi perusahaan untuk membuat produk perusahaan menjadi produk yang diunggulkan. Menurut (Suryati 2015, h.23) kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa kemampuan menunjang untuk memuaskan konsumen/pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kualitas produk yang bermerek iPhone ini sangat bagus dalam penggunaan performa dan fitur yang setiap tahunnya melakukan pengembangan mengikuti zaman. Pada hal ini merupakan salah satu produk pengeluaran mereka yang menggunakan fitur 5G yang pertama pada ponsel iPhone 12 pada saat ini. Dan selain itu produk iPhone melakukan banyak inovasi dari berbagai produk-produk lainnya seperti iPhone 11, iPhone XS , dan lain-lainnya

dari segi penampilan, Daya tahannya, kesesuaian standar serta kinerja pada sebuah smartphone iPhone. Pada Penelitian sebelumnya oleh (Sitorus, dkk., 2019) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli iPhone di Bandung” menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh dalam minat beli handphone iPhone di Jakarta Barat. Maka dari itu kualitas produk akan berpengaruh dalam minat beli Handphone iPhone.

Citra merek merupakan resepsi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. (Firmansya 2018. h.87) konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Karena citra merek mengacu pada pengalaman, kelebihan, penggunaan situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar. Maka dari produk iPhone memberikan kualitasnya yang memberikan pelayanan ke pelanggannya guna menarik minat pembelian akan produk iPhone dari segi harganya maupun pegawainya. Dan pada penelitian sebelumnya (Johansyah, dkk., 2019) yang berjudul “Kekuatan EWOW Pada Citra Merek dan kepercayaan merek dan Dampaknya pada minat beli Smartphone iPhone” yang menyatakan bahwa variabel citra merek menunjukkan bahwa dalam citra merek berpengaruh dalam minat beli iPhone.

Harga memiliki beberapa artian yang penting dalam minat pembelian karena menunjukkan harga yang mahal maka akan setimpal yang

di dapat oleh pembeli dikarenakan setiap harga yang mahal terdapat lah kualitas yang akan di dapatnya dan semakin canggihnya suatu smartphone tersebut begitu pula yang dilakukan oleh produk iPhone. Menurut (Wibowo dan Priansa 2017 h. 117) harga adalah sejumlah nilai ditukarkan pelanggan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh pembeli untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan. Berdasarkan pada penelitian sebelumnya (Firdaus, 2017) yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli iPhone 11 Suamabar *Smartphone*”Pengaruh Harga mengalami signifikan variabel terikat terhadap minat beli *Smartphone* iPhone.

Promosi yang dilakukan oleh produk apple adalah mengandalkan iklan, publisitas, penjualannya secara langsung, serta potongan harga. Hal ini dilakukan agar mempertahankan pelanggannya serta menarik konsumen yang baru menjadi pelanggannya. Selain itu Produk apple sebelum mempromosi produk mereka yang baru, Apple selalu akan memperkenalkan produk mereka yang baru di Blog applenya (*WEB*) dan sosial mediaupun pemasaran secara langsung. Menurut (Sistaningrum dalam Firmansyah 2018. h200) menjelaskan tujuan promosi adalah empat hal, yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi, dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan

yang bersangkutan. Dalam hal ini membuat Promosi sangat berperan penting dalam mempengaruhi minat beli pada produk Apple. Menurut penelitian sebelumnya (Tanata,2020) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Apple” menyatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli Produk iPhone.

Minat beli konsumen menurut Kotler dan Keller (2012) (dalam Priansa2017, h.164) perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan sekinginan seseorang untuk melakukan pembelian minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini dilakukan untuk melihat **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Smartphone iPhone di Kota Palembang.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan pendahuluan diatas maka penelitian di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di kota Palembang secara Parsial ?
2. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di kota Palembang secara Simultan ?

1.3.Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang penelitian yang telah dibahas, maka penulis mengambil topik mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi secara Parsial terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di Kota Palembang Responden pada penelitian ini adalah Masyarakat Potensial yang berminat terhadap Produk iPhone.

1.4.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di kota Palembang.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat Meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan peneliti dan bisa mengaplikasikan teori mengenai *Smartphone* Apple dari segi Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan memberikan informasi tentang Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli sehingga dapat memberikan kualitas kualitas dan inovasi produk terhadap pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pembelajaran agar menambah pengetahuan bagi yang akan meneliti mengenai pengaruh dari variabel kualitas produk, citra merek, harga dan Promosi terhadap Minat Beli.

1.6. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar Belakang, Rumusan masalah, Ruang Lingkup Penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan Sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek, hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan sara berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh



DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Syaiful 2018, *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Bayu, 2021, 8 kelebihan iPhone dan kekurangannya di banding Hp Android, di akses 11 Juni 2021
- Firdaus, Nurul 2017, *Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli iPhone 11 sumabr smartphone*, di akses 05 Maret 2021, dari ejurnal.bunghatta.ac.id
- Firmansyah, M. Anang 2018, *Komunikasi Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Fitriah, Maria 2018, *Komunikasi Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, CV Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ghozali, Imam 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hananto, Kitto 2015, *Pengaruh Brand Image dan Country of origin Image Terhadap Minat Pembelian iPhone*, diakses pada 05 Maret 2021, Parsimonia, VOL. 2 No. 2 Agustus 2015 : 13-22
- Hantoro 2020, *iPhoen 12 Diliris pekan depan lewat Apple Event "Hi, Speed"*, di akses 02 Maret 2021
- Indra, Cahya 2019, 5 alasan Mengapa iPhone Paling Layak Bali Adalah iPhone X, di akses 11 Juni 2021
- Johansyah, Muhammad 2019, *EWOW'S Strength on Brand Image and Brand Trust and it's Impact on Interest to buy iPhone Smartphone Products*, diakses 05 maret 2021, Internastional journal of Innovation
- Prabowo, Gama 2020, *Perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi di Indonesia*, diakses 13 Februari 2021, dari Kompas.com
- Prastya, 2021, *Jajaran iPhone 12 sukses besar, kecuali iPhone 12 Mini*, diakses pada tanggal 09 April 2021

- Priansa, Doni 2017, *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*, Pustaka Setia, Bandung.
- Priansa, Donni 2017, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta, Bandung.
- Riyanto, Galuh 2021, *5 Besar Vendor Smartphone Global, Apple Teratas Berkat iPhone 12*, diakses 27 Februari 2021, dari Kompas.com
- Sihombing, Iwan 2019, *Pemasaran dan Manajemen Pasar*, CV Budi Utama, Yogyakarta
- Sitorus, Christin 2019, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap minatBeli iPhone di bandung*, diakses 05 maret 2021, dari journal.student.uny.ac.id
- Steve , 2021, *5 Strategi Marketing Apple yang dapat anda pelajari*, di akses 11 Juni 2021
- Sugiyono 2016, *Manajemen Penelitian Manajemen*, Alfabeat, Bandung
- Suryati, Lili 2015, *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, CV. Budi Utama, Yogyakarta
- Tanata, Hungga 2020, *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli produk apple*, di akses 05 Maret 2021, Junal manajemen dan Start-up Bisnis
- Trisna, 2020, *kelebihan iphone dan kekurangannya di banding dengan Hp Android*
- Wibowo, Priansa 2017, *Manajemen Komunikasi dan pemasaran*, Alfabeta, Bandung.