

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**



*Gambar 1. 1 Logo Apple inc.*

Sumber: Apple.com (2023)

Headquarters Regions : Apple Inc. One Apple park Way, Cupertino, CA  
95014 United States

Founded Date : 1976

Founders : Private Company 100%

Apple Inc. didirikan pada tanggal 1 April, 1976 dan diubah menjadi Apple Computer. Inc. pada tanggal 3 Januari, 1977, Namun Pada 9 Januari, 2007, kata "Computer" dihapus untuk Mencerminkan fokus Apple terhadap bidang Elektronik Setelah peluncuran iPhone. Apple didirikan Oleh 3 Anak Muda yaitu Steve Jobs, Steve Wozniak dan Ronald Wayne. Steve Wozniak adalah seorang Hacker elektronik. Pada tahun 1975, dia bekerja di Hewlett-Packard (HP) dan membantu temannya Steve Jobs mendesain Video Game untuk Atari. Ronald Wayne Nyaris tidak pernah disebut dalam sejarah Apple, Mungkin ini karena Wayne meninggalkan Apple 12 hari setelah perusahaan tersebut didirikan. Ronald Wayne merupakan Rekan sekerja Apple di Atari dan memegang saham Apple sebesar 10 persen. Pada awalnya Apple pembuat komputer untuk diperjualbelikan namun

karena keterbatasan dana Apple I yang diproduksinya pun belum sempurna. Akhirnya setelah mendapatkan pelanggan pertama Apple mengembangkan komputer dengan nama Apple II. Pada dekade tahun 1980-an Apple mulai banyak terjual dan menghasilkan banyak dana untuk perusahaan Apple (Forbes, 2023)

Namun memasuki dekade 1980, level menghadapi kompetisi dalam bisnis komputer yang cukup sengit karena ada perusahaan besar yang menantang mereka yaitu IBM. IBM berhasil menjadi penantang yang cukup kuat bagi Apple karena mereka bisa meraih pangsa pasar yang luas dengan produk komputer mereka.

Setelah persaingan sengit dan muncul beberapa perusahaan besar yang mengeluarkan produk komputer, Apple juga dilanda masalah kepemimpinan yang terjadi di dalam perusahaan. Bahkan Steve Jobs selaku pendiri Apple memutuskan untuk keluar dari Apple dan mendirikan perusahaan baru. Namun pada akhirnya Steve Jobs kembali ke Apple dan mencetuskan ide untuk mengembangkan iMac. Di mana iMac berhasil menyelamatkan Apple dari kehancuran sekaligus memberikan waktu untuk merapikan sistem operasi yang sudah. Setelah itu Apple terus melakukan berbagai inovasi dan menciptakan produk-produk baru yang menguasai pasar smartphone dan aksesorisnya seperti airpods, MacBook, iPad dan lain sebagainya

Apple Watch adalah jam tangan paling sukses secara global, dengan pangsa pasar 55%. Pada tahun 2020, penjualan Apple Watch mengalahkan seluruh industri jam tangan Swiss, menunjukkan keberhasilannya yang spektakuler. Apple menjual 31 juta unit yang menakjubkan sementara semua merek Swiss bersama-sama hanya menjual 21 juta. Apple Watch adalah lini produk baru pertama yang diluncurkan oleh Tim Cook. Ketika dia akhirnya meluncurkannya pada bulan September 2014, itu mengantarkan era baru teknologi teknis saat memasuki pasar jam tangan pintar / perangkat yang dapat dikenakan.

Tujuan Apple Watch adalah untuk membantu orang membebaskan diri dari perangkat iPhone mereka, sambil memberi mereka cara untuk tetap berhubungan dengan hal-hal penting yang mereka butuhkan di era digital ini. Itu siap menjadi

perangkat yang tidak dapat digunakan selama berjam-jam seperti smartphone. Sebaliknya, itu akan menyaring kebisingan dan hanya memberi pengguna smart watch informasi penting. Ini adalah langkah maju yang revolusioner karena hingga saat itu Apple telah menghabiskan tiga dekade perangkat inovatif untuk mempertahankan perhatian kita selama mungkin.

Oleh karena itu, sejak awal, Apple Watch dikonseptualisasikan sebagai perangkat yang akan membantu kita tetap berhubungan dengan cara yang tidak terlalu invasif daripada yang dilakukan smartphone kita. Sejak itu, setiap iterasi telah meningkatkan fokus pada peningkatan kesehatan dan kesejahteraan.

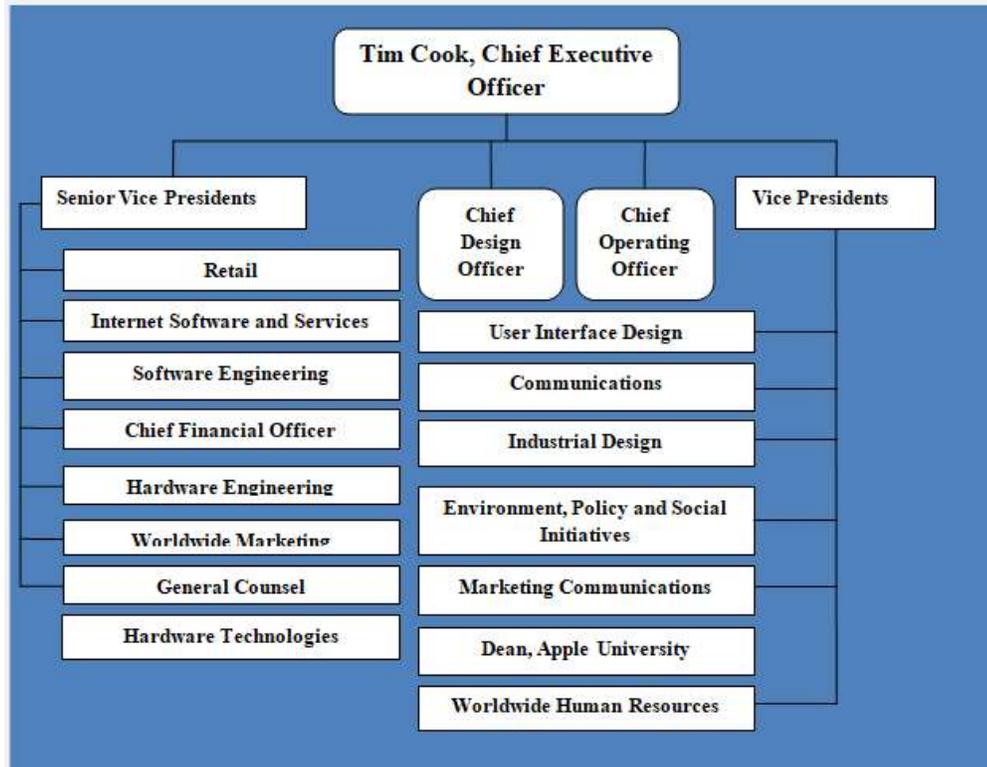
**Visi:**

1. to make the best products on earth and to leave the world better than we found it

**Misi:**

1. To bring the best user experience to customers through innovative hardware, software, and services.

### 1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Apple

Sumber: (Dudovskiy, Business Research Methodology, 2021)

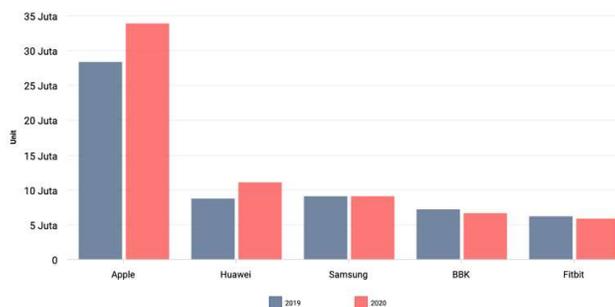
### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Smartwatch pada tahun 1970 Smartwatch pertama dari Intel dan Microma Universal Tahun 1970 dipercaya sebagai tahun awal kemunculan Smartwatch. Intel menjadi salah satu perusahaan yang menghadirkan Smartwatch dengan membeli sebuah perusahaan jam bernama Microma Universal. Menurut Co-Founder Intel Gordon Moore, mereka adalah perusahaan yang pertama kali merilis arloji pertama dengan layar jenis LCD (liquid crystal display). Namun, Smartwatch yang diluncurkan oleh Intel & Microma terhitung gagal karena minimnya teknologi yang diadopsi pada Smartwatch. Lalu dilanjut tahun 1982 Perusahaan jam tangan asal Jepang, Seiko, mengklaim Pulsar sebagai merk jam yang pertama kali mereka promosikan. Pada tahun 1982, Pulsar dihadirkan dengan kemampuan memori penyimpanan 24 digit (Lin, 2019).

Dengan kemajuan jaringan seluler dan teknologi smart watch gaya hidup masyarakat telah berubah. Produk tradisional tidak mampu memenuhi kebutuhan

konsumen, bahkan pasar ponsel pintar yang sangat terintegrasi dan serba guna pun lambat laun mulai menurun. Akibatnya, "orientasi pada pengguna" telah menjadi arus utama untuk menggunakan smart watch, banyak perusahaan mulai kembali focus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, mengubah produk elektronik dan perangkat digital menjadi berbagai produk dalam hidup masyarakat di dunia, dengan membuat perangkat elektronik yang dapat dikenakan pada anggota tubuh manusia yaitu pada tangan. Sebenarnya jam smart watch bukan lagi hal baru, namun semua menjadi tren setelah Apple Watch diluncurkan di pasar global pada April 2015 lalu, hal tersebut benar-benar mendorong keinginan konsumen global untuk membeli jam tangan pintar. Teknologi IHS (Lin, 2019) menunjukkan bahwa kontribusi Apple untuk masa depan smart watch akan menjadi yang paling diminati, karena karena Apple Watch memungkinkan banyak konsumen merasa lebih up-to-date tetapi juga untuk menarik perhatian media.

Perkembangan smartwatch diikuti oleh Apple pada tahun 2015 Apple Watch dirilis pada tahun 2015 untuk pertama kali dengan banyak keunggulan dibanding Smart Watch lainnya. Contohnya tampilan menu yang mudah diakses, mengirim pesan dengan berbagai cara unik, close contact, melakukan panggilan hingga membaca e-mail.



Gambar 1. 3 Jumlah Penjualan Smartwatch Global

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Menurut pada gambar 1.2 Apple mendominasi pasar jam tangan pintar untuk tahun kedua berturut-turut. Produk Amerika Serikat (AS) terjual 28,4 juta

unit pada 2019. Jumlah itu meningkat 19% menjadi 33,9 juta unit setahun kemudian.

Huawei memiliki tingkat pertumbuhan tertinggi dalam produk jam tangan pintar di Cina. Produk tersebut tumbuh 26% dari 8,7 juta unit pada 2019 menjadi 11,1 juta unit pada 2020. Lonjakan permintaan terjadi di tengah sanksi pemerintah AS terhadap Huawei setelah skandal mata-mata. Samsung hanya bisa mengapalkan 9,1 juta unit pada 2020, diikuti oleh BBK (6,6 juta unit) dan Fitbit (5,9 juta unit).

*Tabel 1. 1 Data Penjualan Smartwatch Tahun 2021 di Indonesia*

Apple	30,1%
Samsung	10,2%
Huawei	7,7%
Imoo	5,2%
Amazfit	5,1%
Garmin	4,6%
Fitbit	3,8%
Xiaomi	3,6%
Noise	2,6%

*Sumber:* tekno.kompas.com (2022)

Berdasarkan pada tabel 1.1, pasar smartwatch pada tahun 2021 mengalami kenaikan pada merek smartwatch di Indonesia. Pasar smartwatch di Indonesia tumbuh 24 persen dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini berasal dari semua merek smartwatch dengan peningkatan utama berasal dari smartwatch murah di bawah 100 dolar AS atau Rp 1,4 jutaan. Dapat disimpulkan bahwa Imoo, Amazfit, Garmin, Fitbit, Xiaomi dan Noise memiliki persentase penjualan sekitar 2,6%-5,2%. Lalu Huawei menempati peringkat ketiga dengan persentase sebesar 7,7% lalu disusul oleh Samsung yang memiliki persentase sebesar 10,2%

dan dipimpin oleh Apple dengan persentase 30,1%. Hal tersebut mengakibatkan Apple Watch menjadi Smartwatch dengan penjualan yang paling besar pada tahun 2021.

*Tabel 1. 2 Data Perbandingan Harga Smartwatch*

No	Merek	Harga
1.	Apple Watch Series 7	Rp.7.999.000
2.	Fitbit Versa 3	Rp.4.299.000
3.	Samsung Galaxy Watch 4	Rp.3.749.000
4.	Huawei Watch GT 3	Rp.3.149.000
5.	Amazfit GTR 3 Pro	Rp.3.099.000
6.	Garmin Lily	Rp.3.099.000

*Sumber:* bukareview.com (2022)

Berdasarkan pada tabel 1.2 data harga smartwatch di Indonesia pada tahun 2022, dapat dilihat bahwa apple watch memiliki harga yang paling tinggi dibandingkan dengan merek lainnya dengan harga Rp.7.999.000 dan disusul oleh Fitbit Versa 3 dengan harga Rp.4.299.000, dan dari harga merek lainnya berkisar di harga 3 jutaan, dan yang paling rendah yaitu merek Amazfit GTR 3 Pro dan Garmin Lily dengan harga Rp. 3.099.000.

Pennjelasan Fenomena mengenai Apple Watch pada paragraf sebelumnya menunjukkan bahwa harga apple watch memiliki harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan smart watch dari brand lain. Menurut (Dudovskiy, 2021) Segmentasi, penargetan, dan pemosisian Apple mewakili inti strategi marketing perusahaan Apple. Segmentasi, penargetan, dan pemosisian diperlukan karena tidak ada perusahaan atau produk yang dapat menjadi segalanya bagi semua orang.

Menurut (Hashim, Mohammad, Halim-Lim, & Ahmad, 2022) penelitian ilmiah memerlukan beberapa pendekatan untuk pra-pengujian dan uji coba kuesioner survei untuk memeriksa interpretasi pertanyaan survey terhadap variable yang akan digunakan dalam penelitian. Pra-survey akan membantu

peneliti menentukan apakah responden memahami pertanyaan serta apakah responden dapat melakukan tugas atau memiliki informasi yang dibutuhkan oleh pertanyaan. Pra-survey juga memberikan bukti paling langsung untuk validitas data kuesioner untuk sebagian besar item.

*Tabel 1. 3 Hasil Pra survey mengenai harga dan kualitas produk*

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah Harga menjadi pertimbangan dalam membeli produk Apple Watch?	40%	60%
2	Apakah Apple Watch memiliki kualitas produk yang anda butuhkan?	70%	30%
3	Apakah anda lebih berminat membeli Apple Watch dibandingkan smart watch merk lain?	65%	35%

*Sumber : Data Peneliti (2022)*

Dari dimensi harga terdapat satu pertanyaan yang mendapatkan hasil positif kepada harga produk *Smart Watch* Apple pertanyaan nya adalah, Apakah harga menjadi pertimbangan dalam membeli produk Apple Watch? Dari pertanyaan tersebut mendapatkan jawaban 40% menjawab Ya dan 60% menjawab Tidak, dari hasil jawaban dari pertanyaan tersebut. Berdasarkan hasil pra-survey pada tabel 1.3 mengenai harga itulah alasan nya kenapa Apple Watch mampu merajai pasar di Indonesia, Karena meskipun harga nya masih tergolong tinggi konsumen tetap memilih Apple Watch pada keputusan pembelian produk Smartwatch.

Selain Harga, kualitas sebuah produk menjadi sebuah acuan bagi konsumen untuk memberli produk dari berbagai perusahaan (Muangsal, 2019). Dalam hal ini, Apple harus bisa menyesuaikan harga karna dari jawaban pra-survey harga Apple Watch masih cenderung tinggi ketimbang kompetitornya, agar para konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk Apple Watch.

Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh (Mudtadin, 2022) yang berjudul, Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hp Apple, menunjukkan adanya pengaruh positif antara harga dan kualitas dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Adaming, 2019) yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar), menyatakan Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara persepsi harga berpengaruh negative dan tidak signifikan, terhadap keputusan pembelian smartphone Iphone Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNM.

Harga yang terjangkau dan kualitas yang baik sangat memungkinkan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian produk dari perusahaan. Dengan merujuk atas beberapa masalah yang sudah disebutkan diatas dan beberapa penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Apple Watch”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Saat membahas harga produk dan kualitas pada keputusan pembelian pelanggan, harga saja memainkan peran yang lebih penting daripada kualitas, yang memiliki peran parsial dalam perilaku pembelian (N, 2020). Jadi, dengan menggunakan analogi ini, produk dapat dijual, dengan jumlah yang jauh lebih tinggi. Produsen dapat menaikkan harga produk jika produk sejenis langka dipasaran atau jika produksi kompetitor lebih sedikit dibandingkan Apple. Perilaku ini mungkin tidak mempengaruhi jumlah penjualan atau sikap konsumen terhadap pembelian. Namun produk Apple Watch sudah melimpah di pasaran di Indonesia, maka penetapan harga pasti akan memainkan peran penting karena kenaikan harga akan membuat pelanggan enggan membelinya. Demikian pula, jika harga diturunkan dalam kondisi pasar di Indonesia, konsumen akan meningkatkan jumlah yang mereka beli secara signifikan.

Selain itu, kualitas produk yang sangat baik mungkin tidak menarik keputusan pembelian konsumen karena beberapa alasan. Salah satu alasan utama

mungkin karena harga yang terlalu tinggi atau mahal. Dalam kasus seperti itu, keputusan pembelian konsumen terhadap Apple Watch mungkin ada kurangnya yang menyebabkan konsumen mungkin lebih suka membeli produk lokal atau dari perusahaan lain yang lebih murah (Rambabu, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Li, 2019) menunjukkan bahwa ada 6 faktor yang mempengaruhi mengapa masyarakat tetap membeli Apple Watch diantaranya adalah; keuntungan dari system operasi yang disajikan oleh Apple itu sendiri terhadap produk smartwatch-nya, kedua compability dari produk Apple Watch, ketiga karena pengaruh faaktor sosial yang mempengaruhi konsumen karena lingkungan sekitar yang juga menggunakan Apple Watch, ke empat dikarenakan kualitas dari desain Apple Watch dan yang terakhir dikarenakan hedonism value bagi pengguna produk Apple Watch. Hal ini diungkapkan oleh (Li, 2019) dalam hasil penelitiannya yang menyebabkan bahwa harga hanya berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan Apple Watch.

Berdasarkan uraian objek penelitian dan latar belakang penelitian, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

#### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana harga produk Apple Watch?
2. Bagaimana kualitas produk Apple Watch?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap Apple Watch?
4. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk Apple Watch secara parsial terhadap keputusan pembelian?
5. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk Apple Watch secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana harga produk Apple Watch?
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk Apple Watch?
3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap Apple Watch?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk Apple Watch secara parsial terhadap keputusan pembelian?