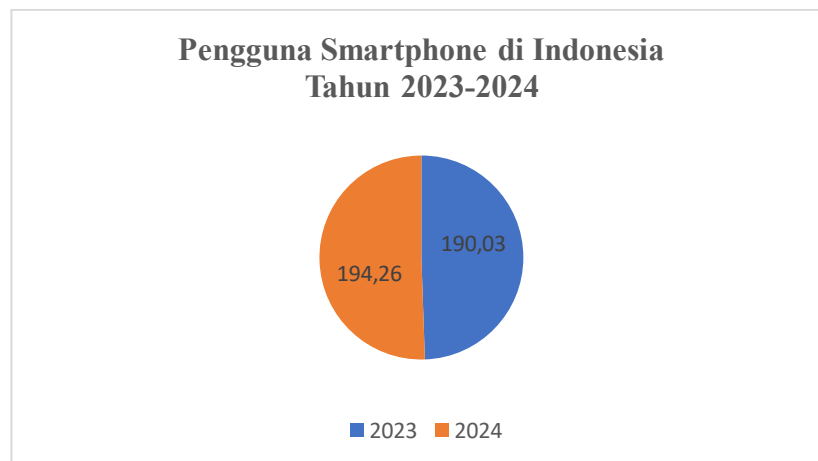


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, hampir seluruh lapisan masyarakat tersentuh oleh adanya teknologi. Salah satunya merupakan teknologi berupa *smartphone*. *Smartphone* merupakan telepon seluler dengan kemampuan lebih, mulai dari fitur, resolusi, sampai komputasi termasuk adanya sistem mobile di dalamnya (Daeng et al., 2017). *Smartphone* tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan dan menerima telepon, tetapi juga dapat mempermudah pekerjaan seseorang. Kemampuan ini membuat *smartphone* menjadi salah satu bagian dari aktivitas sehari-hari seseorang (Wolff et al., 2021).



Gambar 1. 1 Data Pengguna Smartphone di Indonesia 2023-2024

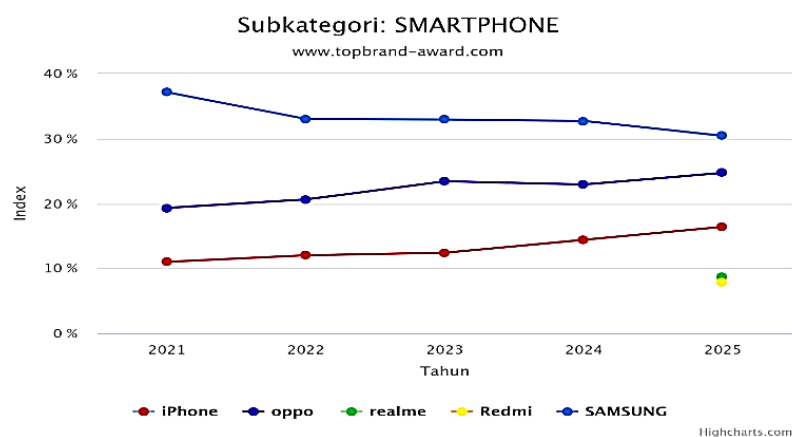
Sumber: Investor.id

Dapat dilihat pada gambar 1.1 data dari Investor.id menunjukkan pengguna *smartphone* di Indonesia di proyeksikan mencapai 194,26 juta pada tahun 2024, bertambah 4,23 juta (2,23%) dibandingkan dengan tahun 2023 yang masih 190,03 juta. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia meningkat, sehingga akan menimbulkan permintaan terhadap produk *smartphone* dari waktu ke waktu, serta akan menimbulkan persaingan *smartphone* yang berdaya saing tinggi.

Di Indonesia terdapat berbagai macam merek *smartphone* seperti Samsung, Xiaomi, Oppo, Vivo, Realme, iPhone, dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya

produk *smartphone* yang ditawarkan produsen kepada konsumen, maka akan menimbulkan preferensi terhadap merek *smartphone* tersebut. Serta produsen akan berlomba-lomba membuat beragam variasi *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan calon konsumennya.

Salah satu merek *smartphone* yang terkenal di Indonesia adalah iPhone dari Apple inc. (Majid et al., 2018). Apple Inc. merupakan perusahaan teknologi yang berasal dari Amerika Serikat. Apple Inc. meluncurkan berbagai produk antara lain iPad, iMac, iWatch, iPod, dan iPhone. Produk iPhone merupakan produk unggulan dari Apple Inc. Produk iPhone diluncurkan pertama kali pada tahun 2007 oleh Steve Jobs. Produk iPhone dikenal dengan desain yang premium dan penggunaan sistem operasi yang berbeda dengan *smartphone* lainnya. Sistem operasi yang digunakan produk iPhone memiliki nilai eksklusivitas tersendiri karena sifatnya yang tertutup, sehingga membuat sistem operasinya sulit untuk diretas. Produk iPhone menggunakan sistem operasi berbasis iOS, sedangkan *smartphone* pesaing seperti Xiaomi, Oppo, Samsung menggunakan sistem berbasis Android. Meskipun produk iPhone dikenal dengan harganya yang terbilang cukup tinggi, namun produk ini tetap diminati oleh konsumen. Hal itu dikarenakan merek Apple sudah dikenal oleh banyak masyarakat sehingga mereka percaya produk tersebut dan tetap membeli produk Apple (Chrisandi, 2014). Laporan komparasi brand index dari beberapa merek *smartphone* menurut Top Brand Award tahun 2021-2025 sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Data Komparasi Brand Index
Sumber: Topbrand-award.com (2025)

Berdasarkan tabel 1.2 data dari TOP Brand Award mulai tahun 2021-2025 diketahui bahwa merek yang menduduki urutan pertama yaitu merek Samsung yang konsisten menduduki posisi teratas dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, hal ini menunjukkan meskipun Samsung masih mendominasi, namun kompetisi semakin ketat oleh pesaing lainnya. Meskipun iPhone tidak menempati tempat pertama, namun iPhone menunjukkan peningkatan yang stabil dari tahun ke tahun. Dari data tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut karna dengan harga yang relative mahal, iPhone masih tetap bersaing dan mengalahkan *smartphone* merek lainnya. Selain itu, seri iPhone terbaru seperti iPhone 13, iPhone 14, iPhone 15, hingga iPhone 17 juga masih banyak diminati oleh masyarakat. Produk tersebut masih menjadi pilihan konsumen karena dinilai memiliki kualitas produk yang baik, performa yang stabil, serta fitur eksklusif berbasis iOS dibandingkan *smartphone* merek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Brand trust merupakan salah satu faktor yang menciptakan keputusan pembelian konsumen. *Brand trust* akan ikut melekat jika merek tersebut dapat memberikan jaminan kualitas dan memenuhi harapan bagi setiap pengguna. Kepercayaan pada suatu merek adalah kesediaan konsumen untuk mengandalkan merek dalam menghadapi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut akan memberikan hasil yang positif (Lau & Lee, 1999). *Brand trust* bukan satu-satunya tolak ukur konsumen untuk memilih suatu produk, namun *product quality* juga suatu hal yang dipertimbangkan konsumen.

Product quality adalah faktor-faktor yang membawa pengaruh atau mendukung pada tingkat kualitas sebuah produk atau layanan yang diperkenalkan oleh suatu bisnis (Pratama & Brahmayanti, 2024). Meningkatkan kualitas suatu produk merupakan suatu strategi perusahaan untuk menarik perhatian konsumen (Saraswati & Rahyuda, 2017). Apabila kualitas suatu produk tidak dapat menyanggupi keperluan dan kemauan konsumen maka konsumen akan menganggap produk tersebut berkualitas buruk.

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang terlibat secara langsung dalam keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa yang diharapkan oleh

konsumen (Gunawan, 2022). Keputusan pembelian merupakan aksi konsumen dalam memilih untuk membeli suatu produk setelah melalui proses pertimbangan, yang mana konsumen akan menilai kelayakan suatu produk berdasarkan informasi yang diperoleh lalu mencocokkan dengan kondisi nyata yang diamati secara langsung (Tasiana & Adiba, 2022). Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa yang sudah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan dalam menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya (Kodu, 2013).

Tujuan dari penelitian ini dilaksanakan guna meneliti bagaimana *brand trust* dan *product quality* memberikan pengaruh pada keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember. Hal ini didasarkan oleh banyaknya *store* iPhone yang ada di Kabupaten Jember, yang menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap produk tersebut. Adapun beberapa *store* iPhone yang ada di Kabupaten Jember dapat dilihat pada tabel berikut:

Nama Store	Alamat
iBox Lippo Plaza Jember	Jl. Gajah Mada No. 106
Erafone Lippo Plaza Jember	Jl. Gajah Mada No. 106
Erafone Roxy Square Jember	Jl. Hayam Wuruk No. 50-58
Digimap Roxy Square Jember	Jl. Hayam Wuruk No. 50-58
Erafone Megastore Jember	Jl. Trunojoyo
Urban Store	Jl. Kalimantan No. 27

Sumber: peneliti (2025)

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas penelitian ini membahas tentang pengaruh *brand trust* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

- Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember?
- Apakah *product quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember?
- Apakah variabel *brand trust* dan *product quality* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti
Sebagai media untuk memperluas wawasan dan pemahaman terkait *brand trust*, *product quality* dan keputusan pembelian serta mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama di perkuliahan.
- b. Bagi pembaca
Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan bahan referensi tambahan bagi peneliti terkait.
- c. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan iPhone.