**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Hampir di seluruh penjuru dunia teknologi menjadi sebuah candu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Segala aspek kehidupan terpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi akan mempermudah segala aktivitas kehidupan manusia. Perkembangan teknologi *handphone* dari sejak pertama keluar hingga sekarang sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan-perusahaan pembuat *handphone* haruslah bersaing ketat dan mengeluarkan produk-produk terbarunya yang dapat menarik para konsumen untuk membeli produk mereka. Banyak merek-merek *handphone* yang beredar dipasaran seperti Samsung, Sony, Lenovo, Huawei, Apple, Asus, Oppo, Nokia, Blackberry, Advan dan masih banyak yang lainnya yang menjadikan persaingan di pasaran semakin ketat. Salah satu pelopor perkembangan teknologi di bidang komunikasi adalah Apple dengan *Smartphone* berbasis IOS yang mereka beri nama iPhone. iPhone meupakan salah satu produk ciptaan dari Apple yang sangat menggemparkan dunia saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007.

Beberapa bulan terakhir ini tingkat penjualan mengalami penurunan. *Brand image* yang terlalu mewah, pelayanan yang kurang memuaskan dan sikap konsumen yang cenderung memilih produk lain membuat keputusan pembelian iPhone di toko Story-i mengalami penurunan. Alasan penulis memilih judul tersebut dikarenakan penjualan mengalami penurunan dari bulan oktober – desember. Berdasarkan uraian diatas, penulis berpendapat layak untuk melakukan penelitian dengan judul Keputusan Pembelian ditinjau dari *Brand image*, Pelayanan dan Sikap Konsumen pada Toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Mandagi *et al*., 2018). Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Maulidiyah & Lukiana, 2017).

*Brand image* merupakan identitas yg dimiliki perusahaan mengenai produk yang di jual oleh perusahan di pasaran. Menurut Erresalia *et al*. (2016), Identitas merupakan berbagai cara yang diarahkan perusahaan untuk mengidentifikasikan dirinya atau memposisikan produknya. Sedangkan citra / image merupakan suatu persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.

Citra merek atau *Brand Image* merupakan bagaimana suatu merek dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan dan produknya.

Sementara menurut Maryama & Sujatna (2016), secara umum *image* dapat dideskripsikan dengan karakteristik karakteristik tertentu seperti manusia, semakin positif deskripsi tersebut semakin kuat *brand image* dan semakin banyak kesempatan bagi pertumbuhan merek itu. *brand image* merupakan persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, sebagaimana tercermin dari asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen (Muhammad Arie Permana Ambolau *et al.*, 2015).

Menurut Faroh (2017) Pelayanan merupakan setiap tindakan atau

kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak. Menurut Rahayu (2018) Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan merupakan kondisi dinamis yang

mempengaruhi produk, jasa, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Anggita & Ali, 2016).

Menurut Warayuanti & Suyanto (2015) sikap merupakan kecenderungan untuk belajar berperilaku dengan cara yang konsisten atau tidak, sehubungan dengan objek tertentu. Sedangkan menurut Keren & Sulistiono (2019), proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan.

Menurut Keren & Sulistiono (2019), sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Menurut Miauw (2016) perilaku konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok, ataupun organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan pada pandangan-pandangan tersebut, maka dapat dimengerti bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan individu, kelompok, ataupun organisasi sebagai konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan.

Toko Story-i merupakan salah satu tempat penjualan *Handphone* iPhone yang beralamatkan di Ground Floor Unit 6A Solo Paragon Lifestyle Mall, Jl. Yosodipuro No.133, Mangkubumen, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57125.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah yang akan saya angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta ?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta?
4. Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta?
5. **Batasan Masalah**

Mengingat begitu kompleksnya permasalahan, maka tidak semua permasalahan dapat dibahas secara keseluruhan. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai pengaruh *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.

1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah secara umum penelitian ini bermaksud untuk:

1. Menguji dan menjelaskan pengaruh secara simultan *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
2. Menguji dan menjelaskan pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
3. Menguji dan menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
4. Menguji dan menjelaskan pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
5. **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ditulis, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
2. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu: memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan kurikulum di Universitas yang terus berkembang sesuai dengan tuntutan  
   masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan mahasiswa.
3. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh pengaruh *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
4. Manfaat Praktis
5. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang pengaruh *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.

1. Bagi pembaca

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun skripsi serta menambah pengetahuan tentang pengaruh *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.