

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Kemajuan teknologi yang cepat saat ini telah membawa banyak perubahan serta mempermudah berbagai aktivitas manusia. Salah satu contoh kecanggihan tersebut adalah smartphone, yang kini hadir dengan beragam fitur dan memiliki sifat yang lebih fleksibel. Secara global, jumlah pengguna smartphone di seluruh dunia mencapai 5,3 miliar pada Juli 2021, menurut data dari Stock Apps. Angka ini mencerminkan sekitar 67 persen dari total populasi dunia yang berjumlah sekitar 7,9 miliar orang. Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia juga menyatakan bahwa penggunaan smartphone mencapai 167 juta orang. Hal itu didorong karena tarif untuk menggunakan internet yang relatif murah. (<https://goodstats.id/>, diunduh tanggal juni 2025)

Lalu Muncul iPhone yang memperkenalkan pandangan baru dalam industri smartphone yang diluncurkan pada tahun 2007. iPhone muncul dengan inovasi baru yaitu layar sentuh yang responsif dan antarmuka yang intuitif, serta iPhone juga mengubah cara orang berinteraksi dengan teknologi. Hal itu memicu ledakan dalam pengembangan aplikasi mobile dan ekosistem digital yang berkelanjutan. Setiap generasi iPhone selalu menghadirkan peningkatan signifikan, baik dari segi performa, kualitas kamera, maupun fitur-fitur canggih lainnya. Pembaruan ini membuat iPhone menjadi pilihan favorit bagi banyak orang yang membutuhkan

perangkat andal untuk menunjang aktivitas harian mereka, mulai dari berkomunikasi hingga menikmati hiburan.

Tampilan desain yang ditawarkan oleh iPhone merupakan salah satu faktor utama di balik kesuksesannya dalam mendominasi pasar smartphone. Penggunaan material premium serta perhatian yang tinggi terhadap detail menjadikan iPhone sangat menarik bagi konsumen yang mengutamakan estetika dalam memilih perangkat. Gaya desainnya yang elegan dan minimalis tidak hanya memengaruhi perkembangan desain di industri smartphone, tetapi juga turut mendorong tren desain yang lebih luas di kalangan produk konsumen lainnya.

Strategi pemasaran yang cermat dari Apple juga berperan besar dalam membangun brand image iPhone yang kuat. Serta Kampanye iklan yang inovatif dan penempatan produk yang strategis telah membantu memosisikan iPhone sebagai simbol status dan keunggulan teknologi di pasar global. Selain itu, ekosistem Apple juga terintegrasi dengan baik, termasuk iCloud, App Store, dan layanan lainnya, menjadikan iPhone lebih menarik bagi pengguna yang ingin pengalaman yang terhubung dan serba serasi antara perangkat mereka. Tidak hanya itu, dukungan yang kuat dari komunitas pengguna iPhone juga berperan penting dalam mempertahankan popularitas produk ini. Pengguna iPhone sering kali merasa terikat dengan merek dan saling berbagi pengalaman serta tips melalui forum online, media sosial, dan pertemuan penggemar. Dengan iPhone mempertahankan fokus pada inovasi, kualitas, dan pengalaman pengguna, iPhone terus menjadi salah satu produk teknologi yang paling diminati di pasar global. Dengan mengadaptasi diri terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen yang

terus berkembang, iPhone kemungkinan besar akan tetap menjadi kekuatan utama dalam industri smartphone untuk waktu yang akan datang. (<https://teknohandal.com>,diunduh tanggal 13 juni 2025)

Entertainment, Konsumen menggunakan konten media sosial terkait merek untuk berbagai hiburan,termasuk mengalihkan pikiran dari rutinitas sehari-hari, menghilangkan stres serta menikmati kesenangan budaya atau seni.(Muntinga et al,2011),Kondisi Lapangan,banyak orang yang beralih dari penggunaan android ke Iphone karena mereka sangat terhibur dengan fitur-fitur yang di sediakan oleh Iphone melalui IOS. (<https://kumparan.com>,diunduh tanggal 13 juni 2025)

Trendiness, berarti Terus memperbarui merek terbaru serta materi di media sosial agar berpengaruh positif terhadap alam bawah sadar konsumen dengan menciptakan rasa kesegaran dan trendi, serta berkontribusi terhadap loyalitas merek(zaret et ai 2021) Kondisi lapangan,Iphone masih menjadi barang trendi hingga sekarang karena Iphone bisa di jadikan alat untuk mengabadikan momen indah bagi setiap orang,sehingga akhirnya muncul jasa sewa iphone supaya konsumen bisa merasakan pengalaman yang sangat baik dalam menggunakan iphone. (<https://www.kompas.id/artikel>.,diunduh tanggal 13 juni 2025)

Customization, membahas seberapa baik suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen (Seo dan Park, 2018). Kondisi Lapangan,Iphone telah mengupgrade sistem mereka ke IOS 18,yang memungkinkan pengguna bisa menagtur tampilan ikon aplikasi seperti ganti warna ikon aplikasi dan mengubah ukuran ikon aplikasi (<https://tekno.kompas.com>.,diunduh tanggal 13 juni 2025)

Brand image,menyarankan pengaruh langsung citra merek terhadap kemauan konsumen untuk membayar harga premium(Yodpram and Intalar 2020). Kondisi lapangan, Riset Surabaya mencatat bahwa iPhone memiliki citra perusahaan yang sangat baik, produk terjamin unggul dibanding kompetitor, dan termasuk dalam “top brand” nasional. (<https://www.researchgate.net>,di unduh tanggal 13 juni 2025)

Brand loyalty,mengacu pada niat dan komitmen pembelian kembali konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan dengan merek lain(Nyadzayo and Khajehzadeh,2016), Kondisi lapangan, konsumen merasa terhubung secara emosional terhadap iphone sehingga mereka memilih tetap loyal terhadap brand iphone. (<https://ejournal3.undip.ac.id>,diunduh tanggal 13 juni 2025)

## **1.2 Batasan masalah**

Agar penelitian lebih terarah.Penelitian ini hanya dibatasi pada produk Iphone 13 sebagai objeknya,dimana penelitian dilakukan selama periode Februari-April 2025.Dalam penelitian ini hanya di fokuskan pada variabel *Trendiness,Entertainment,Customization*,sebagai variabel yang mempengaruhi *Brand Loyalty* terhadap *Brand Image*

## **1.3 Rumusan masalah**

- 1.Apakah entertainment mempengaruhi brand image terhadap konsumen iphone 13 di Surabaya
- 2.Apakah trendiness mempengaruhi brand image terhadap konsumen iphone 13 di Surabaya
- 3.Apakah customization mempengaruhi brand image terhadap konsumen

iphone 13 di Surabaya

4. Apakah brand image mempengaruhi brand loyalty terhadap konsumen

iphone 13 di Surabaya

#### **1.4 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka dapat di tetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisa pengaruh *entertainment* terhadap *brand image*

Konsumen Iphone 13 di Surabaya

2. Menguji dan menganalisa pengaruh *trendiness* terhadap *brand image*

konsumen Iphone 13 di Surabaya

3. Menguji dan menganalisa pengaruh *customization* terhadap *brand image*

Konsumen iphone 13 di Surabaya

4. Menguji dan menganalisa pengaruh brand image terhadap *brand loyalty*

Konsumen iphone 13 di Surabaya

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian dari tujuan penelitian yang telah di tulis diatas, berikut manfaat yang di harapkan dari penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut :

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran, khususnya dalam:

1. Memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi brand

loyalty pada industri teknologi, terutama smartphone premium iPhone 13

2. Menambah literatur akademik terkait peran brand image sebagai variabel

mediasi dalam hubungan antara entertainment, trendiness, dan customization terhadap brand loyalty.

3. Mengonfirmasi atau memperbarui teori pemasaran dan perilaku konsumen terutama yang berkaitan dengan loyalitas merek di pasar teknologi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini juga memiliki manfaat bagi pelaku bisnis dan pemangku kepentingan lainnya, seperti:

Bagi Apple dan Retailer iPhone:

1. Memahami bagaimana faktor entertainment, trendiness, dan customization memengaruhi persepsi konsumen terhadap brand image dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas merek.
2. Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan preferensi konsumen di Surabaya.

Bagi Konsumen:

1. Memberikan wawasan tentang bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi pengalaman dan keputusan mereka dalam membeli iPhone 13. smartphone

Bagi Peneliti dan Akademisi:

1. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi aspek serupa dalam industri teknologi atau daerah lain.