

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar bisnis yang terjadi saat ini mempengaruhi usaha produsen sebagai penyedia alat pemenuhan kebutuhan bagi konsumen untuk lebih kreatif dan inovatif menghasilkan produk yang mampu untuk menarik konsumen membeli produk yang mereka hasilkan. Produk yang mampu bersaing menarik konsumen untuk membeli, tentunya produk yang memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga produsen harus mampu mempelajari perilaku konsumennya.

Perilaku konsumen memberikan informasi berbagai fakta perilaku dalam berbelanja misalnya membeli produk, konsumen memiliki berbagai sikap yang berbeda-beda dalam menggunakan produk berdasarkan konsumen terhadap kualitas produk yang memberikan ketertarikan konsumen melakukan pembelian. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa seorang konsumen cenderung memilih menyukai produk yang lebih berkualitas, lebih bagus, dan lebih inovatif.

Kualitas produk menjadi elemen penting yang berkontribusi terhadap kesuksesan pemasaran. Produk mempunyai kualitas yang baik tentu respon dari konsumen pun akan baik sehingga memberikan kemudahan dalam memasarkan produk.

Konsumen pada posisi ini secara mutlak mempunyai kebebasan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang mereka inginkan.

Salah satu tahapan dalam pembelian yaitu perilaku pasca pembelian. Tahapan pasca pembelian merupakan hal yang penting karena pada tahapan ini akan terlihat bagaimana respon konsumen terhadap kualitas.

Adanya hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isyanto (2012) yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Blackberry pada mahasiswa ekonomi universitas Perbangsa Karawang. Hasilnya menunjukkan variabel kualitas produk berupa kinerja, keistimewaan, kehandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, dan estetika menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, masyarakat Indonesia khususnya yang hidup di wilayah perkotaan mulai mengalami perubahan gaya hidup. Saat ini produk komputer yang mulai banyak diperkenalkan oleh beberapa perusahaan adalah tablet . Secara strategi, tablet diluncurkan untuk masuk ke ceruk pasar yang masih kosong, antara *notebook & smartphone*.

Dalam jangka menengah, kehadiran tablet akan mempengaruhi penjualan pasar *notebook & smartphone*. Namun, tablet tidak akan menggantikan notebook sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. *Notebook* lebih cocok untuk penggunaan aplikasi yang berat seperti editing dan presentasi, sedangkan tablet cenderung pada penggunaan *browsing* internet, *gaming*, dan akses *email*.

Menurut Biro riset terkemuka, Nielsen, mencoba meneliti alasan mengapa orang memakai tablet. Berikut hasilnya seperti dikutip dari majalah Fortune (2011) :

1. Mudah dibawa ke mana-mana (31%)
2. sistem operasi mudah digunakan (21%)
3. Startup/off yang cepat (15%)
4. Nyaman ketika digunakan (12%)
5. Ukuran yang kompatibel (12%)
6. Bisa digunakan di berbagai tempat (12%)
7. Performa cepat (11%)
8. Fitur disukai seperti aplikasi atau kalender (10%)
9. Ringan bobotnya (7%)

Tablet pada dasarnya adalah versi ringan dari laptop dalam artian menyeluruh (baik dari segi berat, ataupun fitur yang disediakan). Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa konsumen membeli tablet menurut Majalah Fortune (2011) :

1. Memiliki Layar yang Lebar.

Meskipun tidak sebesar layar televisi, namun cukup lebar untuk menampilkan halaman web penuh dengan tampilan *landscape* maupun *portrait*.

2. WiFi

Dengan adanya WiFi maka tidak lagi dibutuhkan kabel LAN untuk menghubungkannya dengan internet. Sehingga akses internet lebih praktis.

3. 3G HSDPA

Beberapa tablet sudah dilengkapi dengan teknologi seluler, baik untuk mengakses data maupun melakukan kegiatan seperti *handphone*.

4. Ukuran Portable.

Dibandingkan dengan perangkat laptop, tablet lebih ringkas. Namun dengan demikian tetap dilengkapi fitur khas sebuah komputer dan *handphone*.

5. Kamera.

Beberapa tablet terutama berukuran 7 inchi sudah memiliki kamera dengan kemampuan cukup dan bisa digunakan untuk fotografi mobile atau video chat.

6. Sebuah *e-book reader* yang mumpuni.

Layar lebar, ukuran portable dan bisa dibawa kemana saja membuat perangkat ini menjadi buku digital dengan ukuran sama dengan buku konvensional.

7. Perangkat gaming 3D portable.

Operating system masing-masing tablet sudah memungkinkan untuk permainan bergrafis 3D tanpa tombol kontroler fisik, layar sentuh tetap dapat memunculkan kontroler visual yang menyediakan kenyamanan setara. Layar lebih besar dari layar Sony PSP dan NDS XL sekalipun.

Selain memiliki kelebihan, Tablet juga memiliki kekurangan. Berikut adalah kekurangan dari tablet yang kerap dikeluhkan penggunanya menurut Majalah Fortune (2011):

1. Teks Input hanya berupa virtual keyboard di layar sentuh.
2. Kartu Grafis terbatas. Kita memang dapat memainkan game di sebuah mobile tablet dan juga mengutak-atik hasil foto, tapi semua hal itu sangat terbatas. Dukungan kartu grafis yang tidak sekuat PC atau laptop menjadi alasan utama.
3. Ukuran. Selain menjadi kelebihan, ukuran tablet juga bisa menjadi titik lemah. Meskipun sudah dilengkapi dengan teknologi jaringan selular dan fitur-fitur *handphone*, tablet tidak bisa serta merta menjadi pengganti *handphone*.

4. Suplai Daya. Menjadi keharusan bagi tablet untuk menyediakan perangkat penyuplai daya yang baik. Karena *portable*, maka baterai adalah salah satu hal yang penting. Tablet akan selalu hidup baik dibutuhkan atau tidak. Tidak seperti laptop yang akan kita matikan ketika tidak sedang digunakan.
5. Dukungan *Software* dan Kompatibilitas. Tidak ada standar yang jelas mengenai kompatibilitas dan dukungan *Software* tablet. Hal ini karena penggunaan OS yang tidak seragam dan juga kemungkinan sebuah vendor untuk memasukkan unsur-unsur tradisinya ke dalam tablet.
6. Ruang Penyimpanan Terbatas. Kalaupun ada slot tambahan hanya untuk kartu memory *microSD* yang besarnya maksimum sebesar 32 GB.
7. Suku cadang jika ada kerusakan sulit dicari.
8. Tidak tersedianya tempat khusus perbaikan tablet.

Sistem operasi tablet yang ada saat ini berasal dari berbagai merek. IOS dari Apple, Android dari Google menggandeng banyak perusahaan, BlackBerry OS, dan Windows. Untuk mengetahui lebih lanjut, konsumen perlu mempelajari setiap *platform*. Namun tidak seperti laptop *windows* yang memungkinkan mengganti versi-versi perangkat, dalam tablet hanya menggunakan satu pilihan sistem operasi. Menurut *International Data Corporation (IDC)* penjualan tablet secara global Tahun 2011-2012 sebagai berikut:

Vendor	4Q12 Shipments	4Q12 Market Share	4Q11 Shipments	4Q11 Market Share	4Q12/4Q11 Growth
1. Apple	22.9	43.6%	15.5	51.7%	48.1%
2. Samsung	7.9	15.1%	2.2	7.3%	263.0%
3. Amazon.com Inc.	6.0	11.5%	4.7	15.9%	26.8%
4. ASUS	3.1	5.8%	0.6	2.0%	402.3%
5. Barnes & Noble	1.0	1.9%	1.4	4.6%	-27.7%
Others	11.6	22.1%	5.5	18.5%	108.9%
All Vendors	52.5	100%	29.9	100%	75.3%

Sumber : International Data Corporation, 2013

Gambar 1.1 Penjualan Tablet di Dunia Tahun 2011-2012

Tabel 1.1 menunjukkan pengiriman tablet secara global mengalami peningkatan pesat. Dengan total sebesar 52,5 juta unit selama kuartal keempat Tahun 2012, pasar tablet mengalami pertumbuhan sebesar 75,3% jika dibandingkan dengan kuartal yang sama pada Tahun 2011.

Apple masih memiliki pangsa pasar terbesar pada kuartal keempat 2012 lalu. Dengan penjualan tablet sebanyak 22,9 juta unit, Apple memiliki pangsa pasar sebesar 43,6%. Meskipun demikian jika dibandingkan dengan pangsa pasar Apple tahun sebelumnya, persentase ini berkurang dari 51,7% pada Tahun 2011.

Sementara pada periode yang sama Samsung justru mengalami peningkatan yang pesat. Meskipun secara jumlah pengiriman Samsung baru mencapai angka

penjualan 7,9 juta unit, angka ini merupakan peningkatan sebesar 263% dibandingkan pada kuartal keempat 2011 hanya 2,2 juta unit.

Demikian juga dengan Asus. Penjualan tablet Nexus 7 sepertinya membawa peruntungan baik. Angka pengiriman Asus meningkat sebanyak 402,3% dibandingkan Tahun 2011. Meskipun secara keseluruhan, Asus hanya memiliki pangsa pasar sebesar 5,8%. Jika diurutkan, maka lima produsen tablet dengan pengiriman terbanyak selama kuartal keempat 2012 adalah Apple, Samsung, Amazon, Asus, dan Barnes & Noble.

Penjualan tablet di Indonesia pun kini mulai menggeser pangsa pasar PC. Sejak awal muncul pada Tahun 2010 penjualan tablet di Indonesia meningkat pesat.

Berikut data penjualan tablet di Indonesia pada Tahun 2011-2012:

Tabel 1.1 Data Penjualan Tablet Di Indonesia Pada Tahun 2011-2012

Tahun	Penjualan (unit)
2011	430.000
2012	1.300.000

Sumber : GFK Retail & Technology Indonesia, 2013

Data Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan tablet di Indonesia sangat baik. Data tersebut menunjukkan Tahun 2012 pertumbuhan tablet di Indonesia sekitar 200% dari penjualan Tahun 2011. Data penjualan di atas merupakan penjualan dari beberapa Vendor besar maupun kecil yang memasarkan produknya di Indonesia. Berikut daftar beberapa produk tablet yang dipasarkan di Indonesia, antara lain:

Tabel 1.2 Nama Merek Tablet Yang Dijual di Indonesia

Nama produk		
<i>iPad</i> (Apple)	Tab Cloud (Venera)	Sonix Tab
I Dea Tab (Idea)	PS Hercules (Movimax)	Regza (Toshiba)
Andotab (Pixcom)	Microsoft Surface (Microsoft)	Optimus (LG)
Memo Pad (Asus)	Light Tab (ZTE)	Flyer (HTC)
Galaxy (Samsung)	Tabulet Beat	Playbook(Blackberry)
I Conia Tab (Acer)	Think Pad (Lenovo)	CSC MI 700
Tab Y-ONE (IMO)	Ideos (Huawei)	XOOM (Motorola)

Sumber : GFK Retail & Technology Indonesia, 2013

Tabel 1.2 menunjukkan beberapa merek tablet sudah dikenal luas pasar di Indonesia. Pasar untuk tablet nasional saat ini didominasi oleh produsen yang berasal dari Eropa dan Asia , yaitu Apple, Galaxy, Asus, Acer, dan Blackberry.. Sedangkan produk dari China menjadi pengikut pasar sendiri dengan menawarkan produk dengan harga bersaing.

iPad adalah sebuah produk komputer tablet buatan *Apple Inc.* *iPad* memiliki bentuk tampilan yang hampir serupa dengan *iPod Touch* dan *iPhone*, hanya saja ukurannya lebih besar dibandingkan kedua produk tersebut dan memiliki fungsi-fungsi tambahan seperti yang ada pada sistem operasi Mac OS X.

iPad pertama dirilis pada Tanggal 3 April 2010. *iPad* model terbaru, *iPad* generasi keempat dan *iPad* Mini, yang dirilis pada Tanggal 2 November 2012.

User interface dibuat sekitar perangkat layar *multi-touch*, termasuk keyboard *virtual*.

Tablet *iPad* telah *built-in* Wi-Fi dan konektivitas seluler pada beberapa model. *iPad* dapat merekam video, mengambil foto, memainkan musik, dan melakukan fungsi online seperti *web-browsing* dan *email*. Fungsi lain yaitu *game*, navigasi GPS, jejaring sosial, dan lain-lain. dapat diaktifkan dengan men-download dan menginstal aplikasi App Store yang menawarkan lebih dari 700.000 aplikasi.

Apple telah merilis lima generasi *iPad*. Generasi pertama yang menggunakan desain awal, seperti ukuran layar dan penempatan tombol, yang telah bertahan melalui semua model. *iPad 2* menambahkan prosesor dual-core Apple A5 prosesor dan kamera depan VGA dan kamera belakang 720 p yang dirancang untuk panggilan video *FaceTime*. Tablet *iPad* Generasi ketiga menambahkan tampilan Retina, menggunakan prosesor baru Apple A5X grafis quad-core, kamera 5 megapiksel, perekam video HD 1080p, dikte suara, dan 4G (LTE).

Tablet *iPad* Generasi keempat menambahkan prosesor Apple A6X dan menggantikan konektor 30-pin dengan konektor digital Lightning. *iPad Mini* memiliki layar berukuran 7,9 inci, berbeda dengan ukuran standar 9,7 inci, spesifikasi dan fitur internal yang sama seperti *iPad 2*. Hal ini juga menggunakan konektor baru "*Lightning*" seperti pada *iPad 4*. iOS 6 menambahkan Siri pada *iPad* generasi ketiga, keempat dan *iPad Mini*.

Berdasarkan spesifikasi dan perkembangan *iPad* hingga saat ini, *iPad* mendapatkan respon yang baik dari pasar tablet. Teknologi yang ditawarkan pada *iPad* secara umum dapat diterima oleh pasar meskipun untuk mendapatkan *iPad*

harus mengeluarkan uang yang lebih karena harganya yang lebih tinggi dibandingkan dengan tablet dari perusahaan lain. Apple Inc, merupakan salah satu perusahaan yang selalu berinovasi dengan berbagai jenis produk teknologi komunikasi dan *software* dan perangkat IT yang tidak hanya fungsional namun juga mendukung *lifestyle*. Hal ini membuat berbagai produk yang dikembangkannya selalu sukses di pasaran, bahkan selalu ditunggu jauh sebelum dipasarkan di toko, meskipun pada umumnya harga yang dipatok untuk produk-produknya tergolong premium.

Berbagai produknya telah menjadi *trendsetter*, dimulai dengan Macbook yang telah menjadi perangkat kepercayaan untuk desain grafisnya, *iPod – portable* media player terlaris di dunia yang berhasil menumbangkan Sony Walkman sebagai raja portable media player sebelumnya, *iPhone – telepon* stylish yang bisa dibanggakan penggunaanya. Seiring dengan perkembangan pasar *iPad*, tentunya sama seperti produk yang lain yang memiliki kelebihan dan kekurangan yang ditemukan. Berikut beberapa kelebihan *iPad* menurut Majalah *Mobile Guide* (Edisi Mei 2012):

1. Layar 9,7 inci *LED multitouch*, Resolusi 1024×768 pixel dengan 132 pixel per inci, mendukung penulisan banyak bahasa dan karakter bersamaan.
2. Baterai Apple *iPad* Daya tahan hingga 10 jam waktu aktif dan satu bulan waktu siaga.
3. Koneksi Nirkabel Apple *iPad* akan tersedia dalam berbagai pilihan koneksi. Dari sisi koneksi data nirkabel, *iPad* akan memiliki kemampuan WiFi 802.11n dan juga koneksi 3G.

4. *Browser Safari* untuk mengakses web.
5. *Mail* untuk membaca *e-mail*.
6. *Photos* untuk mengelola arsip foto.
7. *Video* untuk memutar *file video*.
8. *YouTube* untuk melihat video langsung *YouTube* tanpa melalui webnya.
9. *iPod* untuk memainkan *music*
10. *iTunes* untuk mengunduh musik dan video.
11. *App Store* untuk mengunduh aplikasi
12. *iBooks* untuk membaca dan mengunduh e-book dari *iBooks Store*
13. *Maps* untuk melihat peta resolusi tinggi satelit dan *Street View Images*.
14. *Notes* untuk membuat catatan bebas.
15. *Calendar* untuk membuat agenda.
16. *Contacts* untuk mencatat data telepon, email, dan web teman.
17. *Home screen* untuk mengatur tampilan layar.
18. *Spotlight search* untuk melakukan pencarian cepat semua bagian hanya dengan mengetikkan *keyword*.

Selain mempunyai keunggulan, beberapa kelemahan dari *iPad* menurut Majalah *Mobile Guide* (Edisi Mei 2012) adalah :

1. Ukuran display yang tidak terlalu besar (aspek rasio 4:3, lebih kecil dari standard 16:9 seperti di *iPod*)
2. Tidak multitasking
3. Tidak ada camera
4. *Keyboard touch*. Untuk yang tidak biasa tentunya butuh adaptasi.

5. Tidak ada port HDMI
6. Tidak support *Adobe Flash*
7. Tidak ada port USB
8. Tidak support T-Mobile 3G (menggunakan microSIM yang jarang digunakan di device manapun)
9. Hanya dapat memutar video 480p
10. Tidak Full GPS (hanya memasukkan A-GPS via Wi-Fi dan 3G)
11. Tidak ada slot SDcard.
12. Tidak ada Open SDK (*Software Development Kit*)
13. Suku cadang sulit dicari
14. Tidak tersedianya tempat khusus perbaikan *iPad*.

Dari beberapa kelemahan tersebut, tidak adanya Adobe Flash pada *iPad* menjadi salah satu kelemahan yang paling dirasakan oleh konsumen. *PC World* bahkan menulis perbandingan *iPad*, yang tanpa Flash, dengan *HP Slate*, yang mendukung Flash. Alan Tam dari Adobe mendemonstrasikan HP Slate yang mengakses sebuah situs web secara penuh dan “bukan hanya sebagian dari situs web itu”. Ini karena Slate menggunakan Flash.

Berdasarkan atas beberapa kelebihan dan kekurangan di atas tentunya berpengaruh pada volume penjualan produk per-tahun dimana *iPad* selalu menjadi *market leader* sejak peluncuran perdananya pada Tahun 2010 meski jumlah pesaingnya semakin meningkat. Berikut adalah data penjualan tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung pada Tahun 2012-2013 berdasarkan data salah

satu distributor penjualan tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung yaitu Pasadena Cellular:

Tabel 1.3 Penjualan Tablet Merek Apple *iPad* dan *iPad* Mini di Bandar Lampung Tahun 2012-2013

Bulan	Penjualan (Unit)
2012	
• Januari	23
• Februari	34
• Maret	32
• April	38
• Mei	26
• Juni	30
• Juli	23
• Agustus	34
• September	42
• Oktober	53
• November	32
• Desember	21
2013	
• Januari	34
• Februari	42
• Maret	31
• April	28
• Mei	21
• Juni	34
• Juli	54
• Agustus	37
• September	30

Sumber : *Pasadena Cellular, 2013*

Tabel 1.4 menunjukkan data penjualan tablet Apple *iPad* dan *iPad* mini pada tahun 2012 dan 2013 dari salah satu distributor tablet Apple di Bandar Lampung yaitu Pasadena Cellular. Dari data tersebut jumlah penjualan Apple *iPad* masih fluktuatif. Penjualan tertinggi ada pada Bulan Agustus 2013 yang bertepatan dengan *moment* bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri. Jumlah tersebut tergolong sangat rendah dan sangat jauh dibandingkan penjualan tablet lain.

Sebagai perbandingan, berikut penjualan pesaing Apple *iPad* yaitu Samsung Galaxy Tab Series di Bandar Lampung Pada Tahun 2012 – 2013.

Tabel 1.4 Penjualan Samsung Galaxy Tab Series di Bandar Lampung Tahun 2012-2013

Bulan	Penjualan (Unit)
2012	
• Januari	21
• Februari	43
• Maret	49
• April	38
• Mei	65
• Juni	59
• Juli	67
• Agustus	63
• September	72
• Oktober	87
• November	91
• Desember	89
2013	
• Januari	102
• Februari	113
• Maret	117
• April	98
• Mei	116
• Juni	132
• Juli	152
• Agustus	203
• September	98

Sumber : Pasadena Cellular, 2013

Tabel 1.5 menunjukkan data penjualan Samasung Galaxy Tab Series di Bandar Lampung Tahun 2012-2013. Samsung Galaxy Tab adalah salah satu pesaing Apple *iPad* untuk pasar Tablet baik secara global maupun pasar lokal di Indonesia sendiri. Keduanya merupakan produsen Tablet untuk pasar premium yang selalu bersaing bukan hanya pasar tablet, namun juga *handphone*, maupun komputer.

Dari data Tabel 1.5 diatas menunjukkan penjualan Samsung Galaxy Tab Series yang jumlahnya berada di atas penjualan *iPad* meskipun secara spesifikasi keduanya menawarkan produk yang hampir sama, namun pasar lebih merespon positif untuk pasar Galaxy Tab Series, terbukti dengan penjualan di Bandar Lampung bisa di atas 100 unit per bulan nya. Penjualan mencapai puncaknya pada bulan Agustus 2013 yang mencapai angka penjualan sebesar 203 unit.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian maka penulis tertarik untuk mengajukan judul: ”Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian menunjukkan pada Tabel 1.4 tablet *iPad* di Bandar Lampung menunjukkan jumlah penjualan yang masih rendah dan cenderung mengalami penurunan jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Samsung Galaxy Tab Series pada Tabel 1.5, jumlahnya justru menunjukkan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan Apple *iPad*. Sehingga masalah di dalam penelitian ini adalah “Jumlah konsumen yang membeli Tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung masih rendah”

1.3 Permasalahan

- Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ”Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *tablet apple iPad* di Bandar Lampung.”

1.4.1 Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan kepada Apple Inc. selaku produsen tentang faktor yang mempengaruhi kualitas produk terhadap keputusan pembelian *tablet apple iPad*.
2. Sebagai referensi untuk masyarakat butuh informasi mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian *tablet apple iPad*.

1.5 Kerangka Pemikiran:

Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan selalu mencari alternatif atribut produk yang sesuai dengan harapan yang melekat pada produk bersangkutan. Menurut Kotler dan Keller (2007 : 4) produk adalah :

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan / semua kebutuhan.

Perilaku konsumen memberikan informasi mengenai berbagai fakta mengenai perilaku dalam berbelanja misalnya dalam membeli produk konsumen memiliki berbagai sikap yang berbeda-beda dalam menggunakan produk berdasarkan kualitas produk yang memberikan ketertarikan konsumen melakukan pembelian.

Menurut Kotler & Keller (2006:15) menyatakan :

The product concept hold that consumer will favor those products that offer the most quality, performance, or innovative features.

Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa seorang konsumen cenderung memilih menyukai produk yang lebih berkualitas, lebih bagus, dan lebih inovatif.

Selanjutnya menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah :

Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Kualitas produk telah menjadi elemen penting yang berkontribusi terhadap kesuksesan di dalam pemasaran. Ketika sebuah produk mempunyai kualitas yang baik tentu respon dari konsumen akan baik sehingga memberikan kemudahan dalam memasarkan produk tersebut. Selanjutnya Kotler (2010:361) kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi, yaitu :

1. Bentuk (*Form*)
2. Ciri-Ciri Produk (*Features*)
3. Kinerja (*Performance*)
4. Ketepatan/Kesesuaian (*Conformance*)
5. Ketahanan (*Durability*)
6. Keandalan (*Reliability*)
7. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)
8. Gaya (*Style*)
9. Desain (*Design*)

Setiap produk akan memiliki kualitas yang berbeda dengan produk yang lain. Konsumen pada posisi ini secara mutlak mempunyai kebebasan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang mereka inginkan. Menurut Kotler (2012:166) keputusan pembelian adalah:

Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

Tahap-tahap proses keputusan pembelian produk menurut Kotler (2012:166) adalah sebagai berikut:

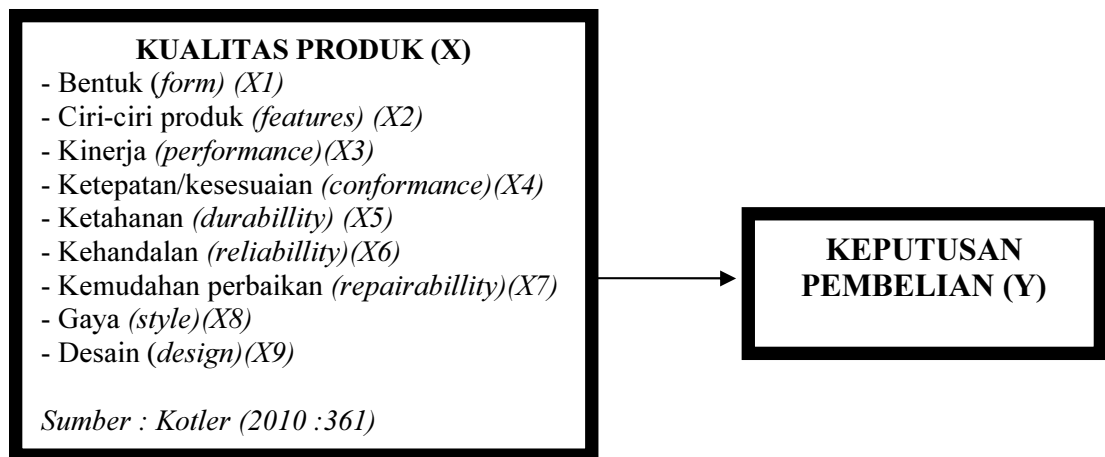
- 1). Pengenalan masalah
- 2). Pencarian informasi
- 3). Evaluasi berbagai alternatif
- 4). Keputusan pembelian
- 5). Perilaku pasca pembelian

Salah satu tahapan dalam pembelian yaitu perilaku pasca pembelian. Tahapan pasca pembelian merupakan hal yang penting karena pada tahapan ini akan terlihat bagaimana respon konsumen terhadap kualitas produk.

Adanya hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isyanto (2012) yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Blackberry pada mahasiswa ekonomi universitas Perbangsa Karawang. Hasilnya menunjukkan variabel kualitas produk berupa kinerja, keistimewaan, kehandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, dan estetika menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Maka peneliti mencoba untuk meneliti apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung. Untuk variabel kualitas produk yang akan digunakan dalam penelitian

ini untuk variabel X nya adalah, bentuk (*form*) X1, ciri-ciri produk (*features*) X2, kinerja (*performance*) X3, ketepatan (*conformance*) X4, ketahanan (*durability*) X5, kehandalan (*reliability*) X6, kemudahan perbaikan (*repairability*) X7, gaya (*style*) X8, desain (*design*) X9. Sedangkan untuk keputusan pembelian adalah sebagai variabel Y. Berikut model penelitian yang akan dilaksanakan:



Gambar 1.2 Model Penelitian

1.6. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah **“Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Tablet Apple *iPad* di Bandar Lampung ”**.