

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan Apple Inc.

Apple Inc. adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang elektronik terbesar dan paling inovatif di dunia. Perusahaan ini didirikan pada 1 April 1976 oleh Steve Jobs dan Steve Wozniak di California, Amerika Serikat. Gagasan untuk mendirikan Apple bermula ketika Wozniak mengunjungi Jobs di tempat kerjanya untuk bermain game. Pada saat itu, Steve Wozniak merupakan karyawan di Hewlett-Packard (HP), sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi sementara Steve Jobs bekerja sebagai desainer *video game* di perusahaan Atari. Jobs tengah menghadapi masalah terkait pekerjaannya, yang kemudian memicu diskusi keduanya. Dari percakapan tersebut, Wozniak mengusulkan ide untuk menciptakan komputer berukuran kecil yang dilengkapi layar dan *keyboard*. Inovasi ini didasarkan pada pengamatan bahwa belum ada perusahaan yang menawarkan komputer dengan desain portabel seperti itu di pasar saat itu.

Steve Jobs menawarkan ide mengenai Apple I ke The Byte Shop, salah satu toko komputer pertama di Amerika Serikat yang dimiliki oleh Paul Terrell. Steve Jobs berhasil meyakinkan Paul Terrell untuk membeli 50 unit Apple I dengan harga \$500 per unit. Untuk memenuhi pesanan tersebut, mereka dibantu oleh Ronald Wayne, rekan mereka. Setelah melalui proses produksi akhirnya Apple I berhasil diproduksi sebanyak 200 unit dan menerima tanggapan positif dari pasar. Hal ini

menjadi langkah awal Apple dalam membangun reputasi sebagai inovator di industri teknologi.

Kesuksesan Apple I mendorong Steve dan Wozniak untuk mengembangkan produk baru yang lebih canggih, yaitu Apple II. Namun, proses produksi komputer ini membutuhkan dana yang besar. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, Steve Jobs berupaya mencari pendanaan eksternal. Steve Jobs kemudian bertemu dengan Mike Markkula, seorang investor, yang bersedia menanamkan modal sebesar \$250.000. Apple II berhasil diluncurkan pada tahun 1977 dan menjadi salah satu komputer pribadi paling sukses di masanya, dengan penjualan jutaan unit di seluruh dunia pada awal 1980-an. Namun, kesuksesan ini menghadapkan Apple pada persaingan ketat dalam industri komputer. Salah satu pesaing terbesarnya adalah IBM, yang mendominasi pasar komputer meja dengan produk yang memiliki harga kompetitif.

Pada tahun 1984, Apple meluncurkan produk inovatif bernama Macintosh, yang berhasil meraih kesuksesan di pasar dan tetap relevan hingga kini. Namun, Apple juga mengalami tantangan dengan beberapa produk lainnya. Salah satu contohnya adalah Macintosh Portable, yang diluncurkan sebagai komputer portabel tetapi gagal di pasaran. Kemudian, pada tahun 1994, Apple memperkenalkan seri terbaru dari Macintosh, yaitu Power Macintosh. Produk ini dikembangkan melalui kolaborasi Apple dengan dua perusahaan besar, yaitu IBM dan Motorola. Meskipun menghadapi tantangan dalam beberapa produk sebelumnya, upaya kolaborasi ini menunjukkan komitmen Apple dalam berinovasi dan memperbaiki kualitas produknya.

Pada periode 1990an, Apple Inc. menghadapi salah satu masa tergelap dalam sejarahnya. Persaingan ketat dari Microsoft, dengan sistem operasi Windows yang mendominasi pasar, serta produsen PC lain seperti Dell dan Compaq, membuat posisi Apple di industri komputer semakin tergerus. Selain itu, Apple memproduksi terlalu banyak varian komputer tanpa diferensiasi yang jelas, membingungkan konsumen sekaligus membebani operasional perusahaan. Akibatnya, kinerja keuangan Apple memburuk, dengan penurunan pendapatan dan laba yang signifikan. Pada pertengahan 1990-an, Apple dianggap kehilangan arah inovasi yang pernah menjadi kekuatannya, dan muncul kekhawatiran bahwa perusahaan ini mungkin tidak mampu bertahan di industri teknologi.

Keadaan mulai berubah pada tahun 1997 ketika Steve Jobs kembali ke Apple setelah perusahaan mengakuisisi NeXT, perusahaan teknologi yang didirikan Jobs setelah meninggalkan Apple. Kembalinya Jobs membawa harapan baru bagi Apple, dengan pendekatan kepemimpinan dan strategi yang segar. Salah satu langkah pertama Jobs adalah memangkas lini produk yang tidak menguntungkan untuk mengurangi kompleksitas dan biaya operasional. Ia mengarahkan fokus perusahaan pada inovasi desain dan pengalaman pengguna yang menjadi ciri khas Apple.

Periode 2001–2010 menandai era produk ikonik yang membawa Apple Inc. ke puncak kesuksesan global. Dimulai pada tahun 2001, Apple memperkenalkan iPod, sebuah pemutar musik digital yang revolusioner, yang mengubah cara orang mendengarkan musik. Kesuksesan ini diikuti dengan peluncuran iTunes Store pada tahun 2003, sebuah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membeli

dan mengunduh musik secara legal. Momentum Apple terus berlanjut dengan peluncuran iPhone pada tahun 2007, sebuah ponsel pintar yang menggabungkan fungsi telepon, pemutar musik, dan akses internet dalam satu perangkat. iPhone tidak hanya menjadi produk paling sukses dalam sejarah Apple, tetapi juga merevolusi industri teknologi, menjadikan ponsel pintar sebagai kebutuhan utama di era modern. Pada tahun 2010, Apple memperluas portofolio produknya dengan meluncurkan iPad, sebuah tablet yang menawarkan pengalaman baru dalam komputasi portabel.

Pada periode 2011 hingga sekarang, Apple terus mempertahankan dominasinya di pasar teknologi meskipun menghadapi tantangan besar dengan meninggalnya Steve Jobs pada tahun 2011. Posisi CEO kemudian diambil alih oleh Tim Cook, yang berhasil memimpin Apple melalui era baru inovasi dan ekspansi. Hingga kini, Apple terus tumbuh dengan memperkenalkan inovasi yang konsisten dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu perusahaan teknologi paling berpengaruh di dunia.

2.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi yang memudahkan kehidupan orang

2. Misi Perusahaan

Membawa kemajuan terbaik dalam komputer pribadi, perangkat elektronik terbaik, dan layanan software dengan fokus pada inovasi dan desain yang elegan

3. Slogan

“Think different”

4. Logo Perusahaan

Gambar 2. 1 Logo Apple Inc.



Sumber : Wikipedia.com

2.3 Tipe-Tipe Iphone

iPhone memiliki beberapa tipe yang dirilis oleh Apple, dengan setiap model menawarkan fitur dan spesifikasi yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Tipe-tipe iPhone dikelompokkan berdasarkan generasi, setiap generasi membawa peningkatan, seperti ukuran layar, performa prosesor, kualitas kamera, dan teknologi layar. Berikut adalah tipe-tipe iPhone yang berada di pasar dengan berbagai preferensi dan harga :

Gambar 2. 2 iPhone 3G dan 3GS



Harga mulai dari Rp9.400.000
(Harga rilis 2008)

Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 3 iPhone 4 dan 4S



Harga mulai dari Rp9.400.000
(Harga rilis 2011)

Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 5 iPhone 5 dan 5S

Harga mulai dari Rp11.400.000
(Harga rilis 2012)
Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 4 iPhone 6, 6S dan 6 Plus

Harga mulai dari Rp11.400.000
(Harga rilis 2014)
Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 7 iPhone 7 dan 7 Plus

Harga mulai dari Rp11.400.000
(Harga rilis 2016)
Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 6 iPhone 8 dan 8 Plus

Harga mulai dari Rp12.599.000
(Harga rilis 2017)
Sumber : Kompas.com

Gambar 2. 9 iPhone X, XR, XS, dan XS Max

Harga mulai dari Rp17.999.000
(Harga rilis 2017)
Sumber : Kompas.com

Gambar 2. 8 iPhone 11, 11 Pro, dan 11 Pro Max

Harga mulai dari Rp13.000.000
(Harga rilis 2019)
Sumber : idntimes.com

Gambar 2. 10 iPhone 12 mini, 12, 12 Pro dan 12 Pro Max



Harga mulai dari Rp14.999.000 – Rp26.999.000
(Harga rilis 2020)

Sumber : kompas.com

Gambar 2. 12 iPhone 13 mini, 13, 13 Pro dan 13 Pro Max



Harga mulai dari Rp14.999.000 – Rp30.999.000
(Harga rilis 2021)

Sumber : antaranews.com

Gambar 2. 11 iPhone 14, 14 Plus, 14 Pro, dan 14 Pro Max



Harga mulai dari Rp15.999.000 – Rp32.999.000
(Harga rilis 2022)

Sumber : kompas.com

Gambar 2. 13 iPhone 15, 15 Plus, 15 Pro, dan 15 Pro Max



Harga mulai dari Rp16.999.000 – Rp33.999.000
(Harga rilis 2023)

Sumber : kompas.com

Gambar 2. 14 iPhone 16, 16 Plus, 16 Pro dan 16 Pro Max



Harga mulai dari Rp16.499.000 – Rp33.999.000
(Harga rilis 2024)

Sumber : inet.detik.com

2.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah informasi yang dimiliki oleh individu yang menjadi subjek penelitian atau survei. Karakteristik ini membantu peneliti memahami latar belakang responden dan hubungannya dengan topik penelitian seperti usia responden, jenis kelamin responden, pendapatan responden, lama penggunaan produk. Responden penelitian ini merupakan responden pengguna iphone di Kota Semarang dengan minimal usia 18 tahun dan pernah melakukan pembelian iphone

2.4.1 Usia Responden

Responden pada penelitian ini memiliki rentang usia dari 18 tahun hingga >27 tahun. Berikut data usia responden dalam penelitian ini:

Tabel 2. 1 Usia Responden

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase
18-20	14	14%
21-23	44	44%
24-26	16	16%
27-29	20	20%
>29	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 1 Usia Responden, dapat dilihat bahwa jumlah usia responden pada usia 18-20 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 14%. Usia 21-23 tahun sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Usia 24-26 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%. Usia 27-29 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 20%. Usia >29 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 6%. Hasil ini menunjukkan bahwa usia responden bervariasi, namun mayoritas responden berada dalam rentang usia 21-23 tahun.

2.4.2 Jenis Kelamin Responden

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin ini untuk membandingkan proporsi responden laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data yang dikumpulkan, perbandingan jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase
Laki-Laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden, dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 32 orang dengan persentase 32% dan jumlah responden perempuan sebanyak 68 orang dengan persentase 68%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

2.4.3 Domisili Responden

Responden pada penelitian ini tersebar di berbagai kecamatan di Kota Semarang. Berikut data domisili responden dalam penelitian ini :

Tabel 2. 3 Domisili Responden

Domisili (Kecamatan)	Frekuensi (orang)	Persentase
Semarang Selatan	9	9%
Semarang Tengah	7	7%
Semarang Timur	7	7%
Semarang Barat	6	6%
Semarang Utara	5	5%
Mijen	4	4%
Gayamsari	4	4%
Ngaliyan	3	3%
Candisari	5	5%
Gajah Mungkur	6	6%
Tembalang	18	18%
Banyumanik	12	10%
Gunung Pati	10	9%
Pedurungan	2	5%
Genuk	1	1%
Tugu	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 3 Domisili Responden , dapat dilihat bahwa domisili Kecamatan Tembalang merupakan domisili kecamatan dengan frekuensi responden terbanyak sebanyak 18 orang dengan persentase 18% dari total keseluruhan responden.

2.4.4 Pekerjaan Responden

Pengumpulan data responden ini untuk mengetahui aktivitas utama yang responden lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut data pekerjaan responden dalam penelitian ini :

Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase
Pelajar /Mahasiswa	50	50%
Karyawan	25	25%
Wiraswasta	13	13%
TNI/Polri/PNS/BUMN	8	8%
Ibu rumah tangga	2	2%
<i>Freelancer</i>	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden , dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 50 orang (50%), karyawan sebanyak 25 orang (25%), wiraswasta sebanyak 13 orang (13%), TNI/Polri/PNS/BUMN sebanyak 8 orang (8%), ibu rumah tangga sebanyak 2 orang (2%) dan pekerjaan lainnya sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa.

2.4.5 Pendapatan Responden per Bulan

Pengumpulan data responden ini untuk mengetahui pendapatan atau uang saku responden dalam satu bulan. Berikut data pendapatan bulanan responden dalam penelitian ini :

Tabel 2. 5 Pendapatan Responden per Bulan

Pendapatan	Frekuensi (orang)	Persentase
≤ Rp1.000.000	10	10%
>Rp1.000.000– Rp5.000.000	53	53%
>Rp5.000.000 – Rp10.000.000	23	23%
>Rp10.000.000-Rp20.000.000	13	13%
> Rp20.000.000	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 5 Pendapatan Responden per Bulan dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pendapatan sebesar $\leq$ Rp1.000.000 sebanyak 10 orang dengan persentase 10%, >Rp1.000.000– Rp5.000.000 sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, >Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 23 orang dengan persentase 23%, >Rp10.000.000-Rp20.000.000 sebanyak 13 orang dengan persentase 13%, dan > Rp20.000.000 sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden bervariasi, namun mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar >Rp1.000.000– Rp5.000.000.

2.4.6 Lama Penggunaan Produk iPhone

Pengumpulan data responden ini untuk mengetahui seberapa lama responden dalam penggunaan produk iPhone. Berdasarkan data yang dikumpulkan, lama penggunaan produk iPhone oleh responden sebagai berikut:

Tabel 2. 6 Lama Penggunaan Produk iPhone

Lama penggunaan produk iPhone	Frekuensi (orang)	Persentase
< 1 tahun	11	11%
1-3 tahun	32	32%
> 3 tahun	57	57%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 6 Lama Penggunaan Produk iPhone, dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan produk iPhone selama < 1 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, 1-3 tahun sebanyak 32 orang dengan persentase 32%, dan > 3 tahun sebanyak 57 orang dengan persentase 57%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan produk iPhone > 3 tahun.

2.4.7 Jumlah Tipe iPhone yang Pernah Digunakan

Pengumpulan data responden ini untuk mengetahui berapa jumlah tipe iPhone yang pernah digunakan responden. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jumlah tipe iPhone yang pernah digunakan oleh responden sebagai berikut :

Tabel 2. 7 Jumlah tipe iPhone yang pernah digunakan

Jumlah tipe iPhone yang pernah digunakan	Frekuensi (orang)	Persentase
1 tipe	37	37%
2-3 tipe	43	43%
>3 tipe	20	20%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2. 7 Jumlah tipe iPhone yang pernah digunakan ,dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan 1 tipe produk iPhone sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, 2-3 tipe sebanyak 43 orang dengan persentase 43% dan > 3 tipe sebanyak 20 orang dengan persentase 20%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah menggunakan 2 hingga 3 tipe iPhone.