

BAB II

DEKSRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

1.1 Sejarah Perusahaan Apple Inc.

Apple Inc. merupakan perusahaan teknologi multinasional yang bergerak di bidang perangkat elektronik, perangkat lunak, dan layanan digital. Perusahaan ini didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne pada 1 April 1976 di Cupertino, California, Amerika Serikat, dengan nama Apple Computer Inc. Pada tahun 2007, perusahaan resmi mengubah namanya menjadi Apple Inc. sebagai bentuk perluasan fokus bisnis dari industri komputer menuju berbagai perangkat elektronik dan layanan digital.

Perjalanan Apple dimulai ketika Steve Wozniak mengembangkan komputer pribadi bernama Apple I, yang kemudian dipasarkan bersama Steve Jobs. Berkat respons positif dari pasar, Apple terus mengembangkan produknya melalui peluncuran Apple II pada tahun 1977 yang menjadi salah satu komputer pribadi paling sukses pada masanya. Selanjutnya, pada tahun 1984 Apple memperkenalkan Macintosh, komputer pertama yang menggunakan antarmuka grafis (*Graphical User Interface* atau GUI), yang menjadi tonggak penting dalam perkembangan industri komputer.

Dalam perjalanannya, Apple sempat menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang ketat dengan perusahaan teknologi lain serta pergantian kepemimpinan. Steve Jobs meninggalkan perusahaan pada tahun 1985 dan kembali bergabung pada tahun 1997 setelah Apple mengakuisisi NeXT Inc. Kembalinya Steve Jobs menjadi titik balik bagi perusahaan melalui peluncuran berbagai produk

inovatif, seperti iMac, iBook, Power Mac G4, serta sistem operasi Mac OS X yang semakin memperkuat posisi Apple di industri teknologi.

Memasuki era perangkat bergerak, Apple memperkenalkan iPhone pada tahun 2007 yang merevolusi pasar telepon pintar di dunia. Sebelumnya, pada tahun 2001 Apple telah meluncurkan iPod sebagai perangkat pemutar musik digital, kemudian diikuti oleh iPad pada tahun 2010 sebagai perangkat tablet yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan produktivitas maupun hiburan. Inovasi tersebut menjadikan Apple sebagai salah satu perusahaan teknologi paling berpengaruh di dunia.

Setelah Steve Jobs mengundurkan diri sebagai Chief Executive Officer (CEO) pada tahun 2011 karena alasan kesehatan, posisi tersebut diteruskan oleh Tim Cook, yang hingga saat ini masih memimpin Apple. Di bawah kepemimpinannya, Apple terus mengembangkan berbagai produk dan layanan, seperti MacBook, Apple Watch, AirPods, Apple TV, serta berbagai layanan digital, termasuk iCloud, Apple Music, dan Apple TV+.

Saat ini, Apple Inc. dikenal sebagai salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia dengan ekosistem produk yang saling terintegrasi. Di Indonesia, berbagai produk Apple seperti iPhone, iPad, MacBook, iMac, Apple Watch, dan AirPods telah dipasarkan secara resmi dan memiliki pangsa pasar yang kuat, khususnya pada segmen konsumen premium. Reputasi Apple yang didukung oleh inovasi, kualitas produk, dan citra merek yang kuat menjadikan perusahaan ini mampu mempertahankan daya saing di pasar teknologi global.

Pada pertengahan tahun 2003, Apple memperkenalkan prosesor PowerPC generasi kelima yang dikembangkan bersama IBM. PowerPC menjadi salah satu komputer 64-bit pertama yang tersedia secara luas untuk masyarakat umum. Kemudian, pada Januari 2007, Apple mulai memasuki industri telepon seluler dengan memperkenalkan produk inovatif bernama iPhone. Produk tersebut secara resmi diluncurkan pada 29 Juni 2007 di Amerika Serikat dan menjadi salah satu tonggak penting dalam perkembangan bisnis Apple. Pada 24 Agustus 2011, Steve Jobs memutuskan untuk mengundurkan diri dari posisi Chief Executive Officer (CEO) Apple dan kemudian digantikan oleh Tim Cook. Tidak lama setelah itu, tepatnya pada 5 Oktober 2011, Steve Jobs meninggal dunia akibat penyakit kanker pankreas yang dideritanya. Meskipun mengalami perubahan kepemimpinan, Apple Inc. tetap berkembang menjadi salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia dengan terus menghadirkan berbagai produk inovatif. Hingga saat ini, Apple Inc. terus memperluas pasar dan menghasilkan beragam produk teknologi yang telah dikenal secara global, termasuk di Indonesia. Beberapa produk Apple yang telah memasuki pasar Indonesia antara lain iMac, Mac Pro, MacBook, iPhone, iPad, iPod, Apple TV, dan Apple Watch.

1.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan

Visi:

Apple percaya bahwa Apple berada di muka bumi untuk membuat produk hebat dan itu tidak berubah.

Misi:

Apple menghadirkan pengalaman pengguna terbaik bagi pelanggannya melalui perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan yang inovatif.

Logo Perusahaan:

Gambar 2.1 Logo Apple

1.3 Tipe-tipe iPad

Apple Inc. merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi yang telah meluncurkan banyak tipe tablet yang telah diproduksinya. Berikut ini merupakan tipe-tipe iPad yang telah dipasarkan.

Tabel 2.1 Tipe-tipe iPad

Tipe iPad	Spesifikasi	Harga (Rp)
iPad A16	Chip A16 Bionic, layar 11 inci, storage 128GB	6.300.000 – 7.000.000
iPad Air M3 11 inci	Chip Apple M3, layar Liquid Retina 11 inci, storage 128GB	10.000.000 – 12.000.000
iPad Air M3 13 inci	Chip Apple M3, layar Liquid Retina 13 inci, storage 128GB	13.000.000 – 15.000.000

Tipe iPad	Spesifikasi	Harga (Rp)
iPad Pro M4 11 inci	Chip Apple M4, layar Ultra Retina XDR OLED 11 inci, storage 256GB	23.000.000 – 24.000.000
iPad Pro M4 13 inci	Chip Apple M4, layar Ultra Retina XDR OLED 13 inci, storage 256GB	28.000.000 – 44.000.000
iPad Mini A17 Pro	Chip A17 Pro, layar 8,3 inci, storage 128GB	9.000.000 – 11.000.000

Sumber : Apple Indonesia dan iBox Indonesia diolah oleh peneliti (2025)

1.4 Karakteristik Responden

1.4.1 Usia Responden

Pengumpulan data berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui distribusi pengguna iPad berdasarkan kelompok umur. Tabel berikut menyajikan data usia responden dalam penelitian.

Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
17 – 23 Tahun	45	45%
24– 30 Tahun	42	42%
31 – 37 Tahun	7	7%
38 – 45 Tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer(2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data, karakteristik responden berdasarkan usia yang diklasifikasikan menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada

pada rentang usia 17–23 tahun yaitu sebanyak 45 responden atau sebesar 45%. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 24–30 tahun berjumlah 42 responden atau sebesar 42%. Sementara itu, responden pada rentang usia 31–37 tahun berjumlah 7 responden atau sebesar 7%, diikuti oleh rentang usia 38–45 tahun sebanyak 6 responden atau sebesar 6%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya pada rentang 17–30 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna iPad di Indonesia dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kalangan usia produktif yang cenderung aktif dalam mengikuti perkembangan teknologi. Dominasi usia muda ini juga dapat memengaruhi persepsi terhadap harga dan kualitas produk, karena kelompok usia tersebut umumnya lebih adaptif terhadap inovasi serta memiliki preferensi yang kuat terhadap perangkat teknologi modern.

1.4.2 Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komposisi responden antara laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam menilai harga dan kualitas produk iPad. Perbedaan preferensi, kebutuhan, serta cara pandang antara laki-laki dan perempuan memungkinkan adanya perbedaan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan jenis kelamin agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang

lebih jelas terkait karakteristik pengguna iPad. Selanjutnya, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
Perempuan	68	68%
Laki-Laki	32	32%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer(2026)

Berdasarkan Tabel 2.3, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi dalam penelitian ini. Jumlah responden perempuan tercatat sebanyak 68 orang atau sebesar 68%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 32 orang atau sebesar 32%. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah responden perempuan dan laki-laki, di mana perempuan menjadi kelompok mayoritas dalam penelitian ini.

Dominasi responden perempuan ini mengindikasikan bahwa pengguna iPad dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kalangan perempuan. Kondisi tersebut dapat menunjukkan bahwa produk iPad memiliki daya tarik yang cukup tinggi di kalangan perempuan, baik untuk kebutuhan pendidikan, pekerjaan, maupun hiburan. Selain itu, perbedaan proporsi ini juga dapat memengaruhi hasil

penelitian, khususnya dalam hal persepsi terhadap harga dan kualitas produk, karena preferensi dan perilaku konsumen dapat berbeda berdasarkan jenis kelamin.

1.4.3 Jenjang Pendidikan Terakhir Responden

Jenjang pendidikan terakhir merupakan faktor demografis fundamental yang dapat mempengaruhi pola pikir, literasi, dan kemampuan responden dalam memahami dan menilai objek penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, berikut adalah data mengenai tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden.

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir

Jenjang Pendidikan Terakhir	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
SD/Sederajat	0	0
SMP/Sederajat	0	0
SMA/Sederajat	37	37%
Diploma/Sederajat	19	19%
Sarjana/Sederajat	44	44%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer(2026)

Berdasarkan tabel 2.4, responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan Sarjana/ sederajat, yaitu sebanyak 44 orang atau sebesar 44%. Selanjutnya, responden dengan pendidikan SMA/ sederajat berjumlah 37 orang atau sebesar 37%, sedangkan responden dengan pendidikan Diploma/ sederajat sebanyak 19 orang atau sebesar 19%. Sementara itu, tidak terdapat responden yang memiliki tingkat pendidikan SD/ sederajat, SMP/ sederajat, maupun kategori lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang cukup tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengguna iPad dalam penelitian ini didominasi oleh individu yang sudah memiliki pemahaman yang baik terhadap teknologi. Selain itu, tingkat pendidikan juga dapat memengaruhi cara responden dalam menilai harga dan kualitas produk, karena responden dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih rasional dan selektif dalam mengambil keputusan pembelian.

1.4.4 Domisili Responden

Domisili responden merupakan faktor geografis yang penting untuk mengukur cakupan wilayah dan distribusi populasi yang menjadi representasi sampel penelitian. Pengelompokan ini penting untuk mengidentifikasi apakah terdapat konsentrasi atau penyebaran responden di wilayah tertentu, yang dapat memengaruhi interpretasi hasil penelitian terkait perbedaan karakteristik konsumen, akses infrastruktur digital, maupun kebiasaan penggunaan e-commerce

di masing-masing daerah. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, berikut adalah data mengenai domisili tempat tinggal responden.

Tabel 2.5. Responden Berdasarkan Domisili dentitas

Domisili	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
Wilayah Jawa	18	18%
Wilayah Sumatra	18	18%
Wilayah Kalimantan	20	20%
Wilayah Sulawesi	19	19%
Wilayah Bali	15	15%
Wilayah Maluku	6	6%
Wilayah Papua	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer(2026)

Berdasarkan diagram distribusi responden menurut wilayah, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Responden yang berasal dari wilayah Kalimantan merupakan yang paling banyak, yaitu sebesar 20%, diikuti oleh wilayah Sulawesi sebesar 19%. Selanjutnya, responden dari wilayah Jawa dan Sumatera masing-masing sebesar

18%, kemudian wilayah Bali sebesar 15%, wilayah Maluku sebesar 6%, serta wilayah Papua dengan persentase paling kecil.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini cukup tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, meskipun masih didominasi oleh beberapa wilayah tertentu seperti Kalimantan dan Sulawesi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna iPad dalam penelitian ini tidak hanya terpusat di satu daerah saja, melainkan berasal dari berbagai wilayah. Sebaran ini penting karena dapat memberikan gambaran yang lebih luas terkait persepsi harga dan kualitas produk iPad dari sudut pandang responden yang memiliki latar belakang wilayah yang berbeda.