

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan Apple Inc

Berdiri tanggal 1 April 1976 di California, Amerika Serikat oleh Steve Wozniak serta Steve Jobs. Banyak orang mengira bahwa Apple hanya didirikan oleh satu orang saja yaitu Steve Jobs, namun Apple tidak didirikan oleh satu individu. Terdapat beberapa orang berperan penting dalam kesuksesan awalnya. Dalam konteks teknis, Steve Wozniak yang memiliki tanggung jawab dalam pengembangannya. Wozniak merupakan orang jenius dibalik penggabungan mikroprosesor, motherboard, dan antarmuka input/output keyboard. Dalam aspek manajemen dan bisnis, Steve Jobs bersama dengan Mike Markkula memainkan peran kunci.

Steve Jobs dan Steve Wozniak telah mengundurkan diri dari Reed Collage dan UC Berkeley pada tahun 1975. Wozniak merancang terminal video yang dapat ia gunakan untuk masuk ke computer mini di Komputer. Wozniak mulai mendatangi pertemuan Klub Komputer Homebrew pada tahun 1976. Mikrokomputer baru seperti Altair 8800 dan IMSAI yang menginspirasi membangun mikroprosesor ke dalam terminal videonya dan memiliki computer yang lengkap. Waktu itu, satu-satunya CPU mikrokomputer yang tersedia secara umum adalah Intel 8080, Wozniak lebih suka 6800 tetapi keduanya berada di luar kisaran harga. Jadi, dia melihat, belajar, dan merancang komputer diatas kertas, menunggu dimana dapat membeli CPU. Wozniak menyelesaikan mesinnya serta membawa ke pertemuan Homebrew Computer Club untuk memamerkannya. Pada

pertemuan tersebut, Wozniak bertemu dengan teman lamanya Jobs, yang tertarik dengan potensi komersial dari mesin hobi kecil.

Steve Jobs serta Steve Wozniak telah berteman selama beberapa waktu, setelah pertemuan pada tahun 1971. Mereka memulai kemitraan mereka ketika Wozniak mengumumkan logo Apple dengan skema Pelangi digunakan dari April tahun itu sampai 26 Agustus 1999. Steve Jobs telah menegaskan logo apel terinspirasi dari cerita masa kecilnya. Berbakat, insinyur elektronik otodidak, mulai membangun kotak yang memungkinkan seseorang untuk membuat panggilan telepon jarak jauh tanpa biaya, dan menjual beberapa ratus model. Lalu, Steve Jobs berhasil menarik minat Wozniak untuk merakit mesin komputer serta menjualnya.

Toko komputer local didekati Jobs, The Byte Shop, yang mengatakan bahwa mereka akan tertarik dengan mesin itu, tetapi hanya jika mesin itu sudah dirakit sepenuhnya. Pemiliknya, Paul Terrell, melangkah lebih jauh, mengatakan bahwa dia akan memesan 50 mesin serta masing-masing akan dibayar US 500 (pada tahun itu) untuk pengiriman. Jobs lalu mengambil pesanan pembelian yang telah dia berikan dari The Byte Shop ke Cramer Electronics, distributor suku cadang elektronik nasional, serta komponen yang dia butuhkan dipesan untuk merakit Apple I Computer. Jobs dan Wozniak bersama kru kecil di siang serta malam mereka habiskan dengan menguji serta membangun komputer, dan tepat waktu dalam mengirim ke Terrell, guna membayar pemasuknya serta mempunyai sisa keuntungan yang cukup guna pesanan serta perayaan selanjutnya. Cara membiayai perusahaan milik Steve Jobs telah ditemukan yang nilainya jutaan dollar tanpa memberi satu saham atau kepemilikan.

Apple Computer Inc, pada 9 Januari 2007 mempersingkat namanya menjadi Apple Inc.

2.2 Apple Store di Semarang

Di Kota Semarang sendiri terdapat 3 toko ritel resmi untuk produk dari Apple itu sendiri yaitu yang pertama adalah Story-i yang dimana sebagai Apple premium Reseller yang bertempat di Mall Paragon City dimana sempat berganti-ganti lantai di mall paragon tersebut hingga saat ini berada di Lantai Dasar No 3. 4. 6, Jalan Pemuda No. 118, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50132 dengan nomor telepon (024) 86579183. Story-i ini sendiri terletak di tengah kota Semarang dan yang dimana Story-i Mall Paragon City ini merupakan Story-i pertama di Indonesia sejak 2010. Paragon mall yang dimana merupakan salah satu mall besar di Kota Semarang membuat tentunya menjadi pertimbangan Story-i dalam memilih mall ini untuk membuka toko mereka yang dimana pada saat 2010 Story-i merupakan toko ritel resmi pertama Apple di kota Semarang. Selanjutnya adalah i-Box Semarang dimana sebagai distributor resmi yang menawarkan produk Apple di Indonesia akhirnya membuka cabangnya baru-baru ini di Semarang tepatnya pada tanggal 30 April 2021 dilaksanakan grand opening i-Box di Semarang ini. i-Box ini berada di DP Mall Semarang tepatnya di Jalan Pemuda No. 150, Pandansari, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50139 dengan nomor telepon (024) 86041991 dan di buka pula di Ciputra Mall pada tanggal 9 Juni 2021 tepatnya di Jalan Simpang Lima No. 1 dengan nomor telepon (024) 8413608. Dibukanya i-Box di DP mall dan Ciputra Mall ini akan memudahkan masyarakat terutama masyarakat semarang dalam mencari produk-produk Apple dengan resmi dan tentunya selalu menjadi tempat distributor yang

terus mengeluarkan produk Apple terbarunya. Penempatan DP Mall dan Ciputra Mall yang berada di tengah kota tentunya menjadi faktor penting bagi i-Box untuk membuka toko di DP Mall dan Ciputra Mall dengan harapan bahwa semakin banyak warga Semarang yang membeli produk Apple dari i-Box.

2.3 Visi, Misi, Logo Perusahaan

Visi Perusahaan :

Membuat produk terbaik di bumi dan meninggalkan dunia lebih baik dari yang kita temukan

Misi Perusahaan :

Menghadirkan produk dan dukungan komputasi pribadi terbaik kepada siswa pendidik, perancang, ilmuwan, insinyur, pelaku bisnis, dan konsumen di lebih dari 140 negara didunia

Slogan :

Think Different

Logo Perusahaan :

Logo berguna sebagai identitas suatu perusahaan yang di dalamnya memuat nilai dan citra positif perusahaan dengan menggunakan gambar atau simbol tertentu yang menjadi ciri khas. Logo menjadi pengenalan pertama perusahaan kepada pelanggan. Apabila logo dirancang dengan baik dan menarik, maka akan menarik minat konsumen untuk mengetahui perusahaan lebih jauh.



Gambar 2. 1 Logo Apple Inc

Sumber: Apple.com 2023

Logo awal Apple Inc dibuat oleh Ronald Wayne, salah seorang yang turut mendirikan Apple Inc pada masa awal tahun 1976. Wayne hendak merepresentasikan hukum gravitasi yang terinspirasi dari buah apel. Pada awalnya logo Apple Inc sangatlah rumit hingga Steve Jobs memutuskan untuk mengganti logo dengan lebih modern. Berikut makna dari logo Apple adalah:

- a. Simbol Apel. Alasan mengapa buah apel ini tergigit yaitu untuk membedakan antara buah apel dan buah ceri, selain itu gigitan (*bite*) ini juga menjadi symbol “*bytes*” yang artinya symbol tersebut merupakan fondasi penting dalam dunia computer, yang menjadi segmen dari Apple Inc.
- b. Warna Hitam dan Putih. Logo hitam putih menggambarkan Sir Isaac Newton duduk di bawah pohon apel, lengkap dengan latar belakang. Di atas Newton ada sebuah apel yang dikelilingi oleh cahaya putih seolah memberinya pemahaman tentang hukum gravitasi.

2.4 Bidang usaha Apple Inc

Bidang usaha merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memproduksi barang dan jasa pada sektor-sektor ekonomi. Perusahaan Apple Inc merupakan salah satu perusahaan bidang teknologi yang memiliki beberapa bidang usaha. Berikut bidang usaha perusahaan Apple Inc :

Tabel 2. 1 Bidang Usaha Apple Inc

No	Bidang Usaha	Keterangan
1	Mac	Merupakan seri komputer Macintosh yang dibuat oleh Apple Inc.
2	Ipad	Tablet yang dibuat oleh Apple Inc dengan tenaga yang lebih besar dibandingkan sebagian besar laptop PC, dengan desain yang mudah dibawa.
3	Iphone	Smartphone yang diciptakan oleh Apple Inc menggunakan sistem operasi iOS
4	Apple Watch	Smartwatch yang dibuat oleh Apple Inc yang dapat dihubungkan dengan produk Iphone
5	Apple TV	Perangkat digital media receiver yang diproduksi oleh Apple Inc.

Sumber: Apple.com 2022

2.5 Identitas Responden

Identitas responden ialah sebuah informasi mengenai responden yang terdiri dari beberapa data primer yakni usia responden, jenis kelamin responden, status marital responden, pekerjaan responden, lamanya responden menggunakan Iphone, tipe Iphone yang digunakan responden, dan frekuensi pembelian Iphone yang telah dilakukan responden. Penelitian dalam responden ini merupakan pengguna *smartphone* Iphone di Kota Semarang dengan usia minimal 17 tahun.

2.5.1 Usia Responden

Umur responden merupakan bagian dari pendataan di kuesioner yang dimana umur pada penelitian ini minimal 17 tahun. Dengan menentukan umur responden minimal 17 tahun diharapkan bahwa jawaban dari responden dapat di pertanggung jawabkan.

Tabel 2. 2 Usia Responden

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	<20 Tahun	7	7
2	20-24 Tahun	41	41
3	25-29 Tahun	37	37
4	>30 Tahun	15	15
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Sesuai dengan tabel 2.2, digambarkan bahwasannya dari 100 responden mayoritas responden berada di umur 20-24 tahun dengan jumlah 41% (41 orang), disusul dengan rentan umur 25-29 tahun dengan jumlah 37% (37 orang). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh gerai resmi Iphone di Kota Semarang yang mengatakan bahwa mayoritas konsumen pembeli Iphone adalah anak muda.

2.5.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin adalah perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan sejak seseorang dilahirkan. Tujuan pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin adalah untuk mengetahui perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan menurut kriteria responden.

Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	35	35
2	Perempuan	65	65
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Diketahui mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase 65% (65 orang), sedangkan persentase responden laki-laki 35% (35 orang). Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwasannya mayoritas konsumen perempuan lebih tertarik untuk membeli produk Iphone dibandingkan dengan konsumen laki-laki.

2.5.3 Status Responden

Status responden merupakan sebuah status yang berkaitan dengan kedudukan pernikahan. Sesuai dengan perolehan data kuesioner, maka dapat dijelaskan status dari responden adalah :

Tabel 2. 4 Status Martial Responden

No	Status Responden	Frekuensi	Persentase
1	Belum Menikah	77	77
2	Sudah Menikah	23	23
3	Cerai	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Sesuai dengan tabel diatas, terdapat 77% (77 orang) responden yang belum menikah dan 23% (23 orang) responden yang sudah menikah.

2.5.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah sebuah kegiatan untuk memperoleh imbalan atau upah, dapat disebut juga dengan mata pencaharian. Sesuai dengan perolehan data kuesioner, maka dapat dijelaskan pekerjaan dari responden adalah :

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	37	37
2	Karyawan Swasta	39	39
3	Pegawai Negri	6	6
4	Wirausaha	9	9
5	Lain-lain: BUMN	8	8
6	Polisi / TNI	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Sesuai dengan tabel diatas bahwasannya responden pada penelitian ini berjumlah 100 dan dari 100 responden sebagian besar merupakan karyawan swasta dengan jumlah 39 orang (39%) dan pelajar / mahasiswa dengan jumlah 37 orang (37%).

2.5.5 Pendapatan Responden

Pendapatan merupakan gambaran kondisi perekonomian dari seorang individu tersebut. Penghasilan pada penelitian ini ialah dari responden selama satu bulan berdasarkan dari penghasilan pekerjaannya. Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner, maka dapat dijelaskan Pendapatan perbulan dari responden pada penelitian ini yaitu:

Tabel 2. 6 Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	≤ Rp3.000.000	25	25
2	> Rp3.000.000-Rp4.000.000	18	18
3	> Rp4.000.000-Rp5.000.000	16	16
4	> Rp5.000.000-Rp6.000.000	13	13
5	> Rp6.000.000	28	28
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Sesuai tabel terlihat bahwasanya responden penelitian ini sejumlah 100 dan dari 100 tersebut 25% (25 orang) responden dengan pendapatan dibawah Rp3.000.000. Terdapat 28% (28 orang) dengan pendapatan diatas Rp6.000.000. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Iphone memiliki pendapatan diatas Rp6.000.000/bulan. Dengan harga Iphone yang relatif tinggi responden dengan pendapatan dibawah Rp3.000.000, berdasarkan hasil wawancara penggunanya mayoritas adalah anak muda yang masih menempuh pendidikan yang masih dibiayai oleh orang tua. Ketika ditanyakan mengapa mereka membeli Iphone adalah karena kenyamanan dan kemudahan yang diberikan oleh smartphone Iphone.

2.5.6 Lama Penggunaan Iphone

Lamanya menggunakan produk Iphone merupakan gambaran dari keesetiaan dan pengalaman responden dalam menggunakan produk Iphone. Dari

data yang telah didapat, maka dijelaskan bahwa lama menggunakan Iphone dari responden penelitian ini adalah :

Tabel 2. 7 Lama Penggunaan Iphone Responden

No	Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1	≤ 3 Bulan	11	11
2	> 3 Bulan - 6 Bulan	30	30
3	> 6 Bulan - 1 Tahun	23	23
4	> 1 Tahun	36	36
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Sesuai tabel terlihat bahwasanya jumlah responden penelitian 100 responden dan dari 100 tersebut terdapat 11% (11 orang) responden yang telah menggunakan produk Iphone selama kurang dari 3 bulan. Ada 30% (30 orang) responden yang telah menggunakan produk Iphone lebih dari 3 bulan hingga 6 bulan. Terdapat 23% (23 orang) responden yang telah menggunakan produk Iphone selama 6 bulan hingga 1 tahun, dan terdapat 36% (36 orang) responden yang telah menggunakan produk Iphone lebih dari 1 tahun yang berarti mereka membeli produk Iphone ketika pertama kali di rilis dengan harga yang tinggi.

2.5.7 Tipe Iphone Yang Digunakan Responden

Tipe dari produk Iphone yang digunakan merupakan gambaran dari produk Iphone khususnya pada tipe tertentu berdasarkan pengalaman responden dalam menggunakan produk Iphone. Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner, maka dapat dijelaskan tipe produk Iphone yang digunakan dari responden pada penelitian ini yaitu:

Tabel 2. 8 Tipe Iphone Yang Digunakan Responden

No	Tipe Iphone	Frekuensi	Persentase
1	Iphone 13	36	36
2	Iphone 13 Pro	14	14
3	Iphone 13 Promax	12	12
4	Iphone 14	10	10
5	Iphone 14 Plus	7	7
6	Iphone 14 Pro	8	8
7	Iphone 14 Promax	13	13
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Tabel memperlihatkan dari 100 responden tipe Iphone paling banyak digunakan oleh responden ialah Iphone 13 sejumlah 36% (36 orang) dari seluruh responden. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan gerai Iphone resmi Kota Semarang, yang mengatakan bahwa penjualan Iphone terbanyak dalam 1 tahun terakhir adalah Iphone 13.

2.5.8 Frekuensi Pembelian Produk Iphone Responden

Frekuensi pembelian responden merupakan seberapa sering responden melakukan pembelian produk Iphone. Berikut frekuensi pembelian produk Iphone yang dilakukan oleh responden :

Tabel 2. 9 Frekuensi Pembelian Produk Iphone Responden

No	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase
1	1 Kali	20	20
2	2 Kali	34	34
3	> 2 Kali	46	46
Jumlah		100	100

Sumber : data primer diolah (2023)

Diketahui sebagian besar responden melakukan pembelian sebanyak lebih dari 2 kali dengan persentase sebanyak 46 % (46 orang). Kemudian, diikuti 2 kali dengan persentase 34% (38 orang) dan 1 kali dengan persentase 20% (20 orang).

Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Iphone merasa adanya kemudahan dalam menggunakan produk Iphone.