

ABSTRAK

Persaingan merek teknologi sekarang ini semakin ketat. Apple sendiri merupakan salah satu perusahaan teknologi yang sukses memimpin persaingan, hal ini dapat dilihat dari Apple yang menyandang gelar The World's Most Valuable Brands berdasarkan Forbes tahun 2019 dan juga menempati peringkat tiga teratas merek teknologi dengan distribusi ponsel pintar terbanyak berdasarkan Canals Smartphone Market Pulse: 2019. Salah satu faktor yang penting dalam melakukan pemasaran yaitu dengan membangun *brand image* dari suatu perusahaan. *Brand image* atau citra merek tidak muncul begitu saja pada benak konsumen, namun harus dibangun oleh perusahaan itu sendiri dengan waktu yang tidak sebentar. Oleh karena itu peneliti ingin mencari tahu bagaimana *brand image* yang telah terbentuk pada benak konsumen Apple. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data wawancara, studi dokumentasi, dan observasi. Hasil dari penelitian ini mencari tahu mengenai bagaimana persepsi konsumen Apple, keunikan Apple, dan alasan konsumen memilih produk-produk Apple. Setelah melakukan riset dan wawancara dengan para konsumen persepsi konsumen Apple seperti: produk Apple merupakan produk yang bergengsi, produk Apple memiliki eksklusifitas, perusahaan Apple kreatif dan inovatif, harganya produk Apple relatif tinggi. Keunikan yang dimiliki Apple seperti: memiliki perangkat lunak dan sistem operasi yang berbeda dari merek lain, aplikasi-aplikasi khusus, dan antar muka yang mudah digunakan. Kemudian alasan konsumen memilih produk Apple antara lain: dorongan emosional karena menggunakan *brand* Apple, ekosistem Apple, dan keamanan privasi.

Kata kunci: Persepsi, Perusahaan Apple, Citra Merek, Teknologi

ABSTRACT

Competition for technology brands is getting tougher. Apple itself is one of the technology companies that has successfully led the competition, this can be seen from Apple which holds the title of The World's Most Valuable Brands based on Forbes in 2019 and also ranks in the top three technology brands with the most smartphone distribution based on Canalys Smartphone Market Pulse: 2019. One of the important factors in marketing is building the brand image of a company. Brand image does not just appear in the minds of consumers, but must be built by the company itself in a long time. Therefore, researchers want to find out how the brand image has been formed in the minds of Apple consumers. This research uses descriptive qualitative method with data sources of interviews, documentation studies, and observations. The results of this study find out about how Apple consumers perceive Apple, Apple's uniqueness, and the reasons consumers choose Apple products. After conducting research and interviews with consumers, Apple's consumer perceptions such as: Apple products are prestigious products, Apple products have exclusivity, Apple Inc. is creative and innovative, the price of Apple products is relatively high. Apple's uniqueness, such as: having a software and operating system that is different from other brands, special applications, and an easy-to-use interface. Then the reasons consumers choose Apple products among others: emotional boost because of using the Apple brand, Apple ecosystem, and privacy security.

Key words: Perception, Apple Inc., Brand Image, Technology