

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kehidupan masyarakat pada saat ini tidak terlepas dari teknologi. Berkat kemajuan teknologi dan globalisasi, kini kita bisa langsung memahami segala macam informasi yang terjadi di seluruh dunia. Pepatah mengatakan “Dunia tidak seluas daun kelor”, sekarang kalimat ini seharusnya menjadi “Dunia saat ini seluas daun kelor”, dunia terasa semakin sempit karena bertambah pesatnya akses informasi di seluruh dunia. Kemajuan teknologi ini telah membawa perubahan yang begitu besar bagi kehidupan manusia dan seluruh peradaban serta budayanya. Perubahan ini berdampak besar pada nilai-nilai yang di masyarakat. Terutama masyarakat dengan budaya dan adat timur seperti Indonesia.

Globalisasi adalah suatu proses pertukaran gagasan dan kemudian ditiru oleh negara lain, akhirnya mencapai suatu konsensus dan menjadi norma bersama seluruh negara di dunia. Menurut badan PBB *Committee for Development Policy* globalisasi adalah meningkatnya saling ketergantungan ekonomi dunia sebagai akibat dari skala pertumbuhan lintas perdagangan, perbatasan komoditas dan jasa, aliran modal internasional dan penyebaran teknologi yang luas dan cepat. Dampak globalisasi saat ini tidak dapat dipungkiri, karena banyak kemajuan teknologi telah memasuki negara dan bangsa kita. Teknologi informasi merupakan aspek kehidupan manusia yang telah mengalami perubahan besar akibat globalisasi. Globalisasi tidak akan

membuat tembok yang menghalangi kita untuk memperoleh informasi yang kita butuhkan. Banyak teknologi telah masuk, seperti: komputer dan yang dilengkapi dengan internet, televisi, radio, dan terutama *handphone*.

Pengguna *handphone* bukan lagi sekedar pekerja. Namun hampir semua orang, termasuk anak-anak dan balita pernah menggunakan *handphone* dalam aktivitas sehari-hari. Hampir setiap orang yang menggunakan *handphone* menghabiskan banyak waktu menggunakan telepon genggam dalam sehari. Oleh karena itu, *handphone* juga memiliki nilai dan manfaat tersendiri bagi sebagian orang.

Dewasa ini, kita dapat melihat bagaimana kemajuan teknologi mempengaruhi gaya hidup dan mentalitas masyarakat, khususnya remaja/dewasa. Dulu para siswa/mahasiswa belajar dengan hanya membawa buku-buku pelajaran ataupun alat tulis ke sekolah, kini dapat kita saksikan di lingkungan sekitar kita para siswa/mahasiswa belajar menggunakan *handphone* sebagai bawaan wajib. Di bawah ini akan dijelaskan persentase dari *mobile operating system market share* Indonesia pada tabel I-1 di bawah ini.

TABEL I- 1
MOBILE OPERATING SYSTEM MARKET SHARE INDONESIA

<i>Operating system</i>	2020 %	2021 %
Android	92,14	91,61
Ios	7,62	8,15
Samsung	0,07	0,08

Sumber: StatCounter Global 2020

Berdasarkan tabel I-1 terdapat pangsa pasar beberapa perusahaan *handphone* di dunia dari tahun 2020-2021 yang menunjukkan bahwa *Android* masih menjadi pemimpin. Ada beberapa merek *handphone* yang ada di Indonesia, seperti terlihat pada tabel I-2 berikut.

TABEL I- 2
BEBERAPA MEREK *HANDPHONE*

PERUSAHAAN	MEREK PONSEL (<i>GADGET</i>)	SISTEM OPERASI
APPLE	<i>iPhone</i>	IOS
SAMSUNG	GALAXY	ANDROID
OPPO	OPPO	ANDROID
VIVO	VIVO	ANDRIOID

Sumber: diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel I-2 Ada beberapa perusahaan pemilik *handphone* dengan berbagai merek yang mendominasi pasar Jakarta. Meningkatnya permintaan *handphone* membuat persaingan di industri ponsel semakin ketat, yang awalnya hanya dikuasai oleh dua perusahaan, Apple dan Samsung.

Keunggulan ponsel masa kini tidak hanya dukungan sistem operasi, tetapi juga spesifikasi *hardware* dan *software* terbaik. Sehingga memudahkan pengguna untuk memilih jenis atau tipe ponsel sesuai dengan kebutuhannya dengan tujuan untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan aktifitas. Pengguna mengakses Internet untuk tujuan komunikasi seperti mengobrol, panggilan video, pencarian lokasi GPS, bermain game *online* atau *offline*, dan aktivitas lain untuk memperoleh dan memberikan informasi, seperti mencari, mengunduh, mengunggah, dan *streaming*.

Indonesia merupakan pasar terbesar untuk penjualan ponsel karena tingkat permintaannya yang semakin meningkat setiap tahunnya. Ada berbagai merek di pasar Indonesia yang saling bersaing dengan menawarkan keunggulan produk masing-masing. Dalam persaingan ini, ada perusahaan yang penjualannya meningkat, namun ada juga perusahaan yang penjualannya menurun dari tahun ke tahun.

iPhone Salah satu merek *handphone* yang sedang menjadi perbincangan sekarang ini, yang merupakan produk *handphone* keluaran dari Apple Inc. Pengguna *iPhone* memiliki gengsi tersendiri di benak masyarakat, sehingga meski harga *iPhone* di atas rata-rata, produknya selalu diminati banyak konsumen. Dari segi fungsionalitas, *iPhone* merupakan ponsel pertama dengan kemampuan *multi-touch*. *Multi-touch* merupakan metode input layar sentuh yang memungkinkan dua jari atau lebih digunakan pada layar secara bersamaan.

iPhone menggunakan sistem operasi seluler yang dibuat dan dikembangkan oleh Apple Inc yaitu iOS. iOS berfungsi khusus untuk perangkat keras *iPhone*, yang membuat *handphone iPhone* berbeda dari pesaing. Menurut penelitian Widjaja et.al (2007) bagi konsumen “merek yang kuat dapat memberikan nilai lebih pada konsumennya dari segi sosial, dapat memberikan pengaruh nilai emosional yaitu *prestige* konsumen”. Salah satu wujud gaya hidup modern saat ini adalah masyarakat tertentu terbiasa menggunakan jenis *handphone* atau merek tertentu sebagai gaya hidupnya, salah satu nya yaitu *iPhone*.

GAMBAR I- 1
DESAIN *IPHONE* DARI MASA KE MASA



Sumber: *google*

Gambar I-1 menunjukkan tampilan *iPhone* memiliki desain yang sederhana, tanpa banyak tombol di layar, dan desain yang ramping. Namun, di Indonesia sendiri, pemimpin pasar *iPhone* di Indonesia masih kalah dengan merek lain, seperti Samsung, Xiaomi, atau *handphone* berbasis Android, di lansir dari halaman *web Counterpoint*, diketahui penguasa pasar ponsel Indonesia selama Q4 2020 dapat kita lihat seperti gambar I-2.

GAMBAR I- 2
TOP SMARTPHONE 2020

Indonesia: Top smartphone vendors, Q4 2020

	Vendor	Unit share	Annual growth
#1	vivo	25%	0%
#2	oppo	24%	-9%
#3	mi xiaomi	15%	-7%
#4	realme	15%	-1%
#5	SAMSUNG	14%	-45%

Source: Canalis estimates (sell-in shipments), Smartphone Analysis, February 2021

Sumber: (selular.id, 2020)

Dilihat dari gambar I-2 *iPhone* tidak termasuk dalam top 5 besar merek *handphone*, yang diminati oleh konsumen Indonesia. Berbeda dengan di negara maju seperti Singapore dan Australia, *market share iPhone* sangat tinggi bahkan menjadi *market leader* di negara tersebut.

Kecanggihan yang dimiliki *iPhone* lebih baik dari ponsel sejenis dipasaran oleh karena itu walaupun harga *iPhone* terbilang lebih mahal dari merek-merek lain. *iPhone* memiliki keunggulan dari produk lain yaitu *iPhone* selalu berinovasi untuk fitur-fitur yang ada di perangkatnya, walupun harga *iPhone* mahal tapi ketika *iPhone* mengumumkan rilisan tipe *handphone* terbaru para penggemarnya akan rela antri untuk mendapatkan seri *iPhone* terbaru, dan *iPhone* didesain agar tahan lama, sehingga *iPhone* mempertahankan nilainya lebih lama.

iPhone memiliki kualitas yang sangat baik, namun di zaman sekarang ini sudah banyak bermunculan merek-merek *handphone* yang menawarkan harga yang lebih rendah dari *iPhone* namun dengan spesifikasi yang sama dengan *iPhone*, hal ini juga yang mendorong konsumen untuk beralih atau tidak memilih *iPhone* sebagai pilihan utama mereka.

Ada banyak alasan kenapa konsumen memilih *iPhone* salah satunya karena kesan dari *iPhone* sendiri, orang-orang yang menggunakan *iPhone* terlihat memiliki kemewahan tersendiri. Namun kenyataannya merek *iPhone* yang memberikan kesan produk bagus dan mewah tidak membuat mereka menjadi *market leader handphone* di Indonesia, artinya ada banyak faktor-faktor yang lebih dipertimbangkan konsumen dalam membeli *handphone*.

Walaupun *iPhone* merupakan *handphone* yang inovatif, namun terdapat beberapa hal yang membuat masyarakat tidak memilih *iPhone*, aplikasi di *iPhone* merupakan aplikasi eksklusif yang beberapa aplikasinya tidak bisa digunakan di *handphone* merek lain, dan tidak jarang aplikasi tersebut berbayar, sementara *handphone* yang berbasis android banyak aplikasi gratis dengan fitur yang menyerupai aplikasi berbayar di *iPhone*.

Selain memperhatikan fitur dan layanan yang tersedia dalam *handphone*, banyak mahasiswa yang menjadikan merek *handphone* mereka sebagai cerminan gaya hidup dan kelas sosial sehingga pertimbangan gaya hidup, kualitas produk dan harga cukup penting bagi mereka.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kotler dan Keller 2008 mengungkapkan “Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat”. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup seringkali mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosialnya. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi bertujuan melayani konsumen dengan keuangan yang berlebih dan menciptakan produk yang memiliki harga diatas pesaing dengan penawaran kualitas yang baik, citra merek yang kuat serta dapat mencerminkan gaya hidup seseorang.

Dengan berkembangnya bermacam merk ponsel di pasaran, industri butuh terus bersaing serta berinovasi supaya mempunyai energi tarik tertentu untuk konsumen. Tidak hanya energi tarik harga yang kerap dijadikan strategi

industri, *style* hidup warga saat ini sangat menolong industri dalam menarik atensi beli warga. *Style* hidup yang mencerminkan kelas sosial sekelompok orang bisa dilihat dari produk yang mereka pakai. Bila sesuatu produk mempunyai mutu yang baik serta dengan demikian sudah membentuk citra yang baik di benak konsumen, hingga industri bisa menciptakan produk dengan harga di atas rata-rata tanpa ragu-ragu.

Kualitas produk ialah salah satu keunggulan dalam persaingan suatu industri yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Bila tidak cocok dengan spesifikasi hingga produk bakal ditolak. Meski produk tersebut masih dalam batasan toleransi yang sudah ditetapkan hingga produk tersebut sebaiknya butuh sebagai catatan buat menghindari terbentuknya kesalahan yang lebih besar diwaktu yang akan datang. Keadaan pelanggan yang terus menjadi kritis dalam perihal mutu pula mengharuskan industri untuk bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya supaya bebas dari klaim ataupun ketidakpuasan pelanggan industri supaya bisa bersaing dengan industri lain yang sejenis.

Di Universitas Kristen Indonesia (UKI) terdapat jumlah pengguna *iPhone* lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengguna android, beberapa hal yang penulis temui saat pra-riset yang menyebabkan kurangnya minat mahasiswa dalam membeli *iPhone*, semakin banyaknya pilihan *handphone* yang tersedia sekarang ini jadi para mahasiswa bisa menyesuaikan dengan keadaan finansial dan kebutuhan mereka, merek Cina yang lebih diminati seperti Xiaomi, Oppo atau Vivo. Karena memiliki spesifikasi yang

mirip dengana *iPhone* namun dengan harga yang lebih terjangkau, walaupun *iPhone* memiliki kualitas yang dirasa lebih baik namun tidak membuat mahasiswa UKI lebih memilih menggunakan *iPhone*, hal-hal tersebut yang mendasari peneliti melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih *iPhone*.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *iPhone*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *iPhone*?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *iPhone*?
4. Apakah ada pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *iPhone*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pembelian *iPhone* pada mahasiswa Universitas Kristen Indonesia.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian *iPhone* pada mahasiswa Universitas Kristen Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap pembelian *iPhone* pada mahasiswa Universitas Kristen Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap pembelian *iPhone* pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan APPLE Inc untuk mengetahui keinginan konsumen sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.
2. Bagi Universitas Kristen Indonesia
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan Universitas Kristen Indonesia dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta menjadi kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam dunia nyata di lingkup pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diurai oleh penulis.

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II URAIAN TEORITIS

Menguraikan tentang teori-teori yang merupakan dasar melakukan penelitian yang berdasarkan dengan masalah yang dibahas.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang desain penelitian, definisi operasional variabel, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, dan teknis analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil pengolahan data, dan pembahasan yang menjelaskan interpretasi dari data yang telah diolah.

BAB V PENUTUP

Menguraikan tentang penjelasan simpulan dan ringkasan hasil dari penelitian. Serta pemberian saran dari hasil penelitian bagi pembaca, kampus, dan juga perusahaan.