

# BAB I

## PENDAHULUAN

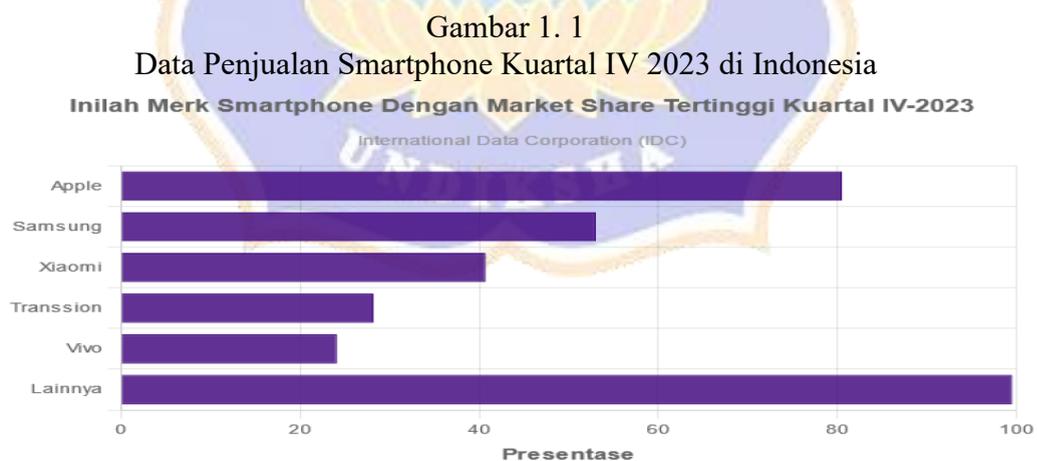
### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan teknologi beberapa tahun belakangan ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Semakin maju teknologi, semakin berdampak positif pada perkembangan media komunikasi yang beragam. Media komunikasi seperti handphone mampu memberikan pelayanan dan fungsi yang lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi. Salah satu inovasi alat komunikasi adalah *smartphone*. Tidak dapat dipungkiri lagi di era globalisasi saat ini handphone menjadi kebutuhan pokok masyarakat di Indonesia, konsumen yang ingin membeli handphone pastinya akan memilih *smartphone* sebagai pilihannya. Persaingan kompetitif antara produsen dalam menawarkan produknya kepada konsumen sangat beragam, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk yang sesuai dengan keinginan mereka dan seiring dengan kemajuan teknologi informasi menjadikan konsumen lebih kritis dalam membeli produk untuk mereka inginkan.

*Smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan utama dimasa sekarang, fenomena yang dapat kita lihat saat ini hampir semua orang menggunakan *smartphone* salah satunya merk Iphone. Iphone merupakan *smartphone* yang diproduksi oleh Apple Inc. Sejak membuat model 2G saat pertama kali dikenalkan pada tahun 2007 hingga saat ini peluncuran model terbaru iPhone selalu menjadi topik yang ramai dibicarakan, terutama dikalangan mahasiswa. Saat ini *smartphone* iPhone sedang *booming* dikalangan mahasiswa, khususnya di Indonesia. *Smartphone* iPhone juga merupakan *smartphone* dengan pengiriman terbanyak didunia pada semester 1 tahun 2023 berdasarkan laporan lembaga riset asal London,

Omdia. Menurut Farhas (2021) mahasiswa dapat dikatakan sebagai kaum intelektual yang harus selalu mengikuti perkembangan zaman untuk mengikuti perubahan dari berbagai bentuk informasi yang cepat. Hal ini membuat mereka cenderung FOMO (*Fear of missing out*) mereka takut jika ketinggalan dari yang lain. Mahasiswa yang ada saat ini merupakan generasi yang terus mengalami kemajuan di era teknologi yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang. Mahasiswa yang ada saat ini juga dipandang sebagai generasi yang aktif di media sosial, kreatif dan sangat terhubung dengan teknologi.

Produsen *smartphone* saat ini berusaha untuk menciptakan produk dengan model terbaru yang berkualitas dan terus mengikuti perkembangan zaman. Iphone masuk ke pasar dengan konsep yang berbeda, bisa dilihat dari aspek harga dan kualitas produk tersebut. Iphone dinilai memiliki citra merek yang khas, karena menggunakan sistem operasi yang khas (Putra, 2021). Data penjualan pada tahun 2023 dapat diperhatikan pada Gambar 1.



Sumber: Good Starts Data (2024)

Gambar 1 menunjukkan bahwa dari berbagai merek *smartphone* yang ada di Indonesia, maka diketahui *smartphone* merek Iphone menempati urutan kedua

sebagai *smartphone* yang banyak dipilih. Walaupun harganya yang lebih mahal dari merek *smartphone* lainnya, namun Iphone tetap banyak dipilih karena dinilai sebagai *smartphone* yang memiliki citra yang sangat bagus di masyarakat, bahkan dianggap eksklusif dan berkelas. Iphone dikenal sebagai merek yang bagus dan berkualitas. Sebagian besar konsumen *smartphone* di Indonesia menganggap bahwa Iphone merupakan indikator kekayaan. Pengguna Iphone sebagian besar bergaya hidup, dan menjadikannya sebagai gaya hidup.

Universitas Pendidikan Ganesha ialah salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Bali. Biasanya orang menyebut dengan sebutan Undiksha, kampus ini terletak di Kota Singaraja tepatnya di Jln. Udayana No.11 Singaraja. Hadir dengan berbagai program studi dengan beragam mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah. Salah satunya program studi yang ada di Undiksha adalah Fakultas Ekonomi. Fakultas ekonomi merupakan fakultas yang terdiri dari beragam mahasiswa baik dari bali maupun luar bali. Berbagai life style mahasiswa di fakultas ekonomi yang beragam, mulai dari pakaian hingga teknologi yang digunakan salah satunya adalah handphone, seperti yang terlihat kehidupan kampus sehari-hari. Sebagian besar mahasiswa fakultas ekonomi mendominasi menggunakan *smartphone* dengan merek Iphone. *Smartphone* iPhone sendiri dikenal karena kualitas kamera yang sangat baik, bagi mahasiswa yang aktif di media sosial memiliki *smartphone* dengan kualitas kamera yang baik merupakan hal yang penting, dimana mereka dapat mengambil berbagai foto dan video yang mendukung *trend* di media sosial. Kemudian *trend* penggunaan media sosial yang saat ini menjadi platform yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan mahasiswa, dimana mereka biasanya menginginkan pengakuan dan penghargaan orang lain

dalam era digital ini untuk ditampilkan dimedia sosialnya. Hal ini menyebabkan mereka cenderung mengikuti gaya hidup yang hedonisme.

Berdasarkan observasi yang dilakukan sudah banyak Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang menggunakan iPhone. Kemudian berdasarkan wawancara awal terhadap 10 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang menggunakan *smartphone* iPhone telah menjelaskan alasannya lebih memilih menggunakan iPhone yaitu untuk mengikuti *trend*, karena iPhone dikenal dengan *brand* ternama dan memiliki harga yang sangat mahal, sehingga pengguna iPhone dikenal dengan kalangan menengah atas, terutama dikalangan mahasiswa. Handphone merek Iphone lebih *stylist* dibandingkan Handphone merek lainnya dan juga lebih dinilai eksklusivitas dan prestise karena merek ini sebagai simbol gaya hidup yang mewah. Handphone merek Iphone memiliki desain setiap versi baru yang tidak bocor sebelum peluncuran resminya dan memiliki desain yang terkesan simpel, namun menarik dan elegan.

Selain itu penyebab Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha lebih memilih menggunakan *smartphone* iPhone karena bentuk dan model handphone merek Iphone jauh lebih menarik dibandingkan handphone merek lainnya dan memiliki banyak bentuk dan model yang bisa dipilih oleh kalangan mahasiswa/I sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan belinya. Handphone merek Iphone memiliki fitur *touchID/FaceID* terbaik dan kamera kualitas terbaik dan juga memiliki fitur *Handoff*, *Continuity* dan *AirDrop* untuk berbagai data dan mengontrol perangkat dengan mudah dan efisien. Handphone merek Iphone mampu memberikan kualitas produk yang diinginkan oleh kalangan mahasiswa/I dan juga

memiliki aksesoris yang lengkap yang dapat dipilih sesuai keinginan kalangan mahasiswa/i. Handphone merek Iphone memiliki kualitas yang tinggi dan pada saat digunakan mampu memiliki performa atau kinerja yang kencang. Handphone merek Iphone memiliki kinerja yang lebih baik atau cepat dalam menjalankan berbagai *software* atau aplikasi dan memiliki tingkat keamanan dan privasi yang kuat daripada Handphone merek lainnya.

Selanjutnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha lebih memilih menggunakan *smartphone* iPhone karena spesifikasi dan fitur-fitur yang ada di handphone merek Iphone sesuai yang ditawarkan dan memiliki kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan handphone merek iphone sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Selain itu *smartphone* iPhone memiliki nilai jual yang relatif tinggi dan secara konsisten dibandingkan dengan merk *smartphone* lainnya, sehingga pada saat hendak menjual *smartphone* iPhone harga yang ditawarkan tidak terlalu berbeda dengan harga belinya. Menurut Kotler dan Keller (2017) keputusan pembelian merupakan tahapan evaluasi pelanggan membentuk preferensi diantara merek – merek serta pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Jadi, keputusan pembelian adalah suatu proses konsumen menetapkan produk atau jasa yang akan dibeli. Analisis terhadap keputusan pembelian konsumen akan memberikan informasi yang jelas terkait harapan konsumen terhadap produk sehingga dapat memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen (Jamaludin, dkk, 2015). Menurut Kotler dan Keller (2017), maka adapun faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu faktor produk, kualitas, harga, merek, citra merek dan

reputasi responden. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Prasetya, dkk (2019) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu 1) faktor produk yang terdiri dari variabel kemampuan daya beli, kualitas produk, kesesuaian harga, citra merek, desain produk, tren masa kini, dan iklan. 2) faktor psikologis terdiri dari variabel kepercayaan, kebutuhan pakaian, refrensi dari teman dan akses toko. 3) faktor promosi yaitu selera dan variasi harga. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan oleh perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah *life style* atau gaya hidup. Banyak mahasiswa saat ini yang menggunakan iPhone mengikuti *trend*, karena iPhone dikenal dengan *brand* ternama dan memiliki harga yang sangat mahal, sehingga pengguna iPhone dikenal dengan kalangan menengah atas, terutama dikalangan mahasiswa. Kemudian *trend* penggunaan media sosial yang saat ini menjadi platform yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan mahasiswa, dimana mereka biasanya menginginkan pengakuan dan penghargaan orang lain dalam era digital ini untuk ditampilkan dimedia sosialnya. Hal ini menyebabkan mereka cenderung mengikuti gaya hidup yang hedonisme. Namun juga banyak juga para mahasiswa saat ini yang menggunakan iPhone juga untuk kebutuhan mereka, seperti menjadi *content creator*. Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupan sehari-hari, yang mencakup berbagai aspek seperti kebiasaan, nilai-nilai, preferensi, dan aktivitas yang dilakukan secara teratur. Gaya hidup seseorang dapat mencerminkan identitas diri dalam suatu masyarakat modern. Dengan demikian, maka gaya hidup

mahasiswa adalah pola hidup yang dijalankan oleh mahasiswa yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti media sosial, lingkungan, dan perkembangan zaman, sehingga hal ini akan mempengaruhi keputusan pembeliannya pada suatu produk atau jasa. Selain gaya hidup kualitas produk juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana konsumen biasanya ingin mendapatkan produk dengan kualitas tinggi. iPhone dikenal dengan kualitas produk dan desainnya yang superior, sehingga banyak orang menilai iPhone memberikan nilai lebih dengan pengalaman pengguna yang mulus dan performa yang andal. Selain itu iPhone memiliki tingkat keamanan yang tinggi dengan didukung oleh sistem iOS yang diketahui memiliki perlindungan yang sangat kuat dan mampu menjaga privasi. Kualitas produk mencerminkan keseluruhan atribut yang ditawarkan pada konsumen. Dengan kualitas produk yang baik akan menamkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Andrianto, dkk (2013) menyatakan bahwa semakin baik merek atas produk, semakin tinggi atau besar pelanggan akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Persepsi harga dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk. Konsumen akan selalu mempertimbangkan harga produk saat membuat keputusan pembelian, dan akan memilih produk yang biayanya paling sesuai dengan kemampuan mereka. Walaupun harganya yang lebih mahal dari merek *smartphone* lainnya, namun Iphone tetap banyak dipilih karena dinilai sebagai *smartphone* yang memiliki citra yang sangat bagus di masyarakat, bahkan dianggap eksklusif dan berkelas. Selain itu Iphone memberikan kualitas produk yang sangat baik yang sebanding dengan harga yang dikeluarkan oleh konsumen. Persepsi harga adalah bagaimana

konsumen memandang harga tertentu (Mariyana dan Talumantak, 2023). Perusahaan wajib dalam hal ini melakukan proses penentuan pada harga jualnya yang dilakukan untuk pertama kalinya, dimana hal ini dilakukan terutama pada saat melakukan proses pengembangan pada produk baru. Jadi dapat dikatakan bahwa harga merupakan hal yang penting dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau suatu barang dan jasa, dimana harus mempertimbangkan keterjangkauan, kualitas dan manfaat yang dimiliki oleh produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Arifudin (2019) dan Nurlinda (2021) menyatakan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian Devia Wulansari & Setiawan (2023) hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Yohana & Ginanjar (2021) dan Fitria (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian ini bertentangan dengan Tina Martini (2016) yang membuktikan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian Jamarnis & Susanti (2019) dan Kurniasari (2019) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian ini bertentangan dengan Mulyadi (2022) yang mengungkapkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Permasalahan yang terjadi dan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sangat perlu untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan dan fenomena yang terjadi serta adanya kesenjangan dari penelitian terdahulu, maka

peneliti tertarik mengajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti rancang. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut.

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan lebih memilih menggunakan iPhone untuk mengikuti *trend*, karena iPhone dikenal dengan *brand* ternama. Walaupun harganya yang lebih mahal dari merek *smartphone* lainnya, namun iPhone tetap banyak dipilih karena dinilai sebagai *smartphone* yang memiliki citra yang sangat bagus, bahkan dianggap eksklusif dan berkelas. Spesifikasi dan fitur-fitur yang ada di handphone merek iPhone sesuai yang ditawarkan dan memiliki kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan.
2. Adanya kesenjangan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, maka dibuat batasan masalah agar penelitian ini menjadi terfokus, terarah, dan tidak jauh dari inti permasalahan.

Adapun batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah gaya hidup, kualitas produk dan persepsi harga serta juga keputusan pembelian.

2. Subjek pada penelitian ini yaitu Mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Penelitian ini dilakukan hanya berkaitan tentang pengaruh gaya hidup kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

#### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha?
4. Apakah gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian

*Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha.

4. Untuk menguji pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama menempuh kuliah kedalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan dilapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

### 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai pertimbangan perusahaan dalam menentukan strategi-strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian dalam upaya untuk meningkatkan pengembangan bisnis tersebut.