

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan *smartphone* bukan hanya sekedar alat untuk berkomunikasi layaknya sebuah telepon genggam biasa, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk bekerja dengan menggunakan perangkat lunak yang disediakan oleh para pengembang perangkat lunak. Namun, bagi yang lainnya *smartphone* hanyalah merupakan sebuah telepon genggam yang mempunyai fitur canggih seperti *e-mail* (surat elektronik), internet, *social media*, kamera beresolusi tinggi, pemutar musik dan *game*. Perbedaan penggunaan *smartphone* oleh setiap orang didasari oleh adanya perbedaan aktivitas sehari-hari, seperti contohnya para eksekutif menggunakan *smartphone* untuk dapat membantu dirinya dalam mengatur jadwal kegiatannya sehari-hari, sedangkan sebagian besar pelajar sekolah menggunakan *smartphone* hanya untuk berkomunikasi dan *social media*, berbeda pula dengan para wisatawan yang menggunakan *smartphone* untuk mencari tempat-tempat yang mereka ingin kunjungi dengan fitur *GPS (Global Positioning System)*.

Salah satu *smartphone* yang memiliki kemampuann tinggi adalah apple. Apple merupakan perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California. Apple tidak hanya memproduksi *smartphone* saja namun juga produk lain seperti: *ipad*, *mac*, *apple watch* dan sebagainya. Apple juga merek yang memiliki pendapatan dan produsen telfon genggam terbesar ketiga di dunia setelah Samsung dan Huawei, hal ini dikarenakan apple sering kali

meluncurkan produk-produknya dengan berbagai spesifikasi yang tidak dimiliki oleh smartphone lain. Smartphone Apple memiliki desain produk yang seringkali mengeluarkan produk barunya, yang setiap desainnya memiliki ciri khasnya tersendiri dan juga membuat banyak pengguna lebih percaya diri menggunakan smartphone ini dibandingkan produk lain. Pada bagian desain iPhone selalu mengutamakan ciri produk kelas atas dan tidak lepas dari teknologi yang digunakan pada setiap produk mereka. Smartphone selain menjadi gaya hidup juga sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengakses secara mobile dengan alasan untuk lebih stylish, hiburan, kebutuhan, atau hanya sekedar mengikuti trend sesuatu. dibandingkan pengguna smartphone lainnya. Selain itu iPhone juga memiliki kamera yang lebih canggih dan jernih dan selalu ditingkatkan pada setiap versi terbaru pada produk smartphone iPhone sendiri. iPhone juga memiliki processor yang lebih tangguh daripada smartphone lainnya, otak dari smartphone milik Apple ini diklaim memiliki kecepatan dua kali lebih cepat dibandingkan smartphone lainnya. Selain itu kualitas grafisnya juga dua kali lebih baik dari processor A5.

Serta kelebihan yang dimiliki Smartphone Apple yang lainnya adalah aplikasi scan yang sudah tersedia di handphonenya, serta aplikasi edit foto yang memudahkan mahasiswa ketika mendapat tugas fotografi selain itu mahasiswa dapat memperoleh informasi secara up to date yang didukung oleh fitur dan aplikasi produk iPhone tersebut. Hal-hal tersebutlah yang mempengaruhi mahasiswa untuk memiliki produk iPhone.

Kalangan muda khususnya mahasiswa, sering kali dikategorikan sebagai kelompok konsumen yang cenderung terbuka terhadap produk baru yang dimunculkan di pasar. Kelompok ini juga diyakini selalu ingin mengikuti tren gaya hidup terkini, terlepas dari apakah sesungguhnya mereka benar-benar membutuhkan produk tersebut dan mendapat manfaat dari produk yang dikonsumsinya.

Konsumen saat ini khususnya kalangan mahasiswa biasanya membeli handphone karena hanya dengan melihat trend yang ada. Hal tersebut agar terlihat lebih gaul lebih mengikutin jaman dan mengikuti perkembangan yang terus maju. Demi mengikuti perkembangan zaman tersebut, mereka rela berlombalomba untuk mengembangkan teknologi informasi yang bersifat modern, namun entah uang yang diperoleh untuk membeli handphone dari hasil bekerja sambilan atau dengan meminta orang tua.

Adanya tuntutan untuk mengetahui informasi lebih banyak dalam menambah wawasan dan intelektualitas diri menjadikan mahasiswa tidak bisa lepas dari dunia informasi dan berita. Adanya tugas-tugas kuliah juga menjadikan mahasiswa harus lebih gesit dalam memfasilitasi diri untuk mendapatkan informasi-informasi lebih cepat dan mudah. Banyak dari mahasiswa yang dalam pencarian tugasnya harus mencari referensi dari browsing internet dan juga melakukan diskusi kelompok kecil melalui forum-forum yang dibuat disitus jejaring sosial dan instant messaging.

Gaya hidup yang umumnya banyak ditemukan di kalangan mahasiswa adalah gaya hidup hedonisme.kecendrungan gaya hidup mahasiswa mengarah

pada budaya anak muda jaman sekarang. Perilaku hedonisme ini telah melanda pada kaum mahasiswa yang cenderung memiliki gaya hidup hedonisme agar dianggap ketinggalan zaman. Menurut Somantri (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone di kalangan mahasiswa.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati et al (2017) Citra Merek yaitu hal terpenting untuk menarik konsumen untuk membeli produk. Jika semakin tinggi citra pada produk itu maka konsumen menjadi semakin tertarik dalam membeli, sebab konsumen beranggapan kalau suatu produk terhadap citra merek terpercaya banyak memberikan perlindungan kalau konsumen tersebut memakai produk yang dibeli.

Kualitas iPhone terkenal baik terbukti karena fitur dan spesifikasi yang disematkan pada setiap seri keluaran iPhone selalu di update dan dikembangkan untuk menjaga standar sebagai smartphone tercanggih untuk memanjakan konsumennya. Produk yang berkualitas akan membuat nilai tambah terhadap ekuitas merek produk itu sendiri (Tawas & Pandensolang (2015).

keputusan pembelian adalah tahapan yang dilewati oleh pembeli menentukan pilihan produk dan layanan yang akan dibeli. Keputusan pembelian sebagai pilihan dengan dua atau lebih opsi alternatif, dengan kata lain, ketersediaan lebih dari satu pilihan adalah keharusan dipengambilan keputusan. Tjiptono (2015) Berdasarkan potensi keberadaan produk iPhone serta pemaparan mengenai kejadian dan perilaku yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan

bahwa pemahaman mengenai gaya hidup, citra merek, kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada pengguna suatu produk.

dibandingkan pengguna smartphone lainnya. Selain itu iPhone juga memiliki kamera yang lebih canggih dan jernih dan selalu ditingkatkan pada setiap versi terbaru pada produk smartphone iPhone sendiri. iPhone juga memiliki processor yang lebih tangguh daripada smartphone lainnya, otak dari smartphone milik apple ini diklaim memiliki kecepatan dua kali lebih cepat dibandingkan smartphone lainnya. Selain itu kualitas grafisnya juga dua kali lebih baik dari processor A5

Alasan kenapa orang cenderung menggunakan iPhone dan apa yang mempengaruhinya. Para pengguna iPhone biasanya adalah pengguna setia. Selain lebih unggul dalam hal teknologi, Apple iPhone juga didukung oleh beberapa layanan tambahan yang semakin memanjakan para penggunanya seperti iTunes dan iClouds. Setidaknya ada beberapa alasan kenapa iPhone dianggap lebih baik dibandingkan dengan smartphone lainnya. Seperti kecepatan koneksi, smartphone dengan layar yang cukup besar dari iPhone ini dibekali dengan konektivitas yang berjalan pada jaringan 4G LTE yang jauh lebih cepat dibandingkan koneksi 3G. Dengan jaringan ini, para pengguna iPhone mengakses internet lebih cepat.

Peneliti memilih Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, sebagai objek penelitian, karena tidak semua pemakai produk Smartphone merek Apple, pengusaha dan eksekutif muda saja,

mahasiswa pun telah menggunakannya. Harga Smartphone merek Apple relatif tinggi untuk ukuran mahasiswa tidak membuat penggunaanya beralih ke produk smartphone lain karena biasanya pengguna iPhone adalah pengguna yang loyal. Selain itu Mahasiswa Manajemen FE UNAND merupakan kaum muda yang memiliki intelektual tinggi yang haus akan teknologi informasi dan juga produk Smartphone merek Apple digunakan sebagai gaya hidup.

Tabel 1. 1 Jumlah pengguna *Smartphone Apple*

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unand angkatan 2019-2022

No	Jenis Smartphone	Jumlah pengguna smartphone (%)	Jumlah mahasiswa
1	Apple	66,7 %	20 orang
2	Samsung	16,7 %	5 orang
3	Vivo	10 %	3 orang
4	Xiaomi	3,3 %	1 orang
5	Pocco	3,3 %	1 orang

Sumber (<https://docs.google.com/forms/>)

Dari hasil survei 30 yang dilakukan pada tanggal 30 Januari 2023 responden mahasiswa Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas angkatan 2019-2022 yang telah disebarakan dengan menggunakan google form dapat disimpulkan bahwa *Smartphone Apple* masih menjadi salah satu pilihan tertinggi bagi mahasiswa ekonomi untuk smartphone yang digunakan saat ini dengan persentase 66,7 % sebanyak 20 mahasiswa lebih banyak dari merek lainnya.

Tabel 1. 2

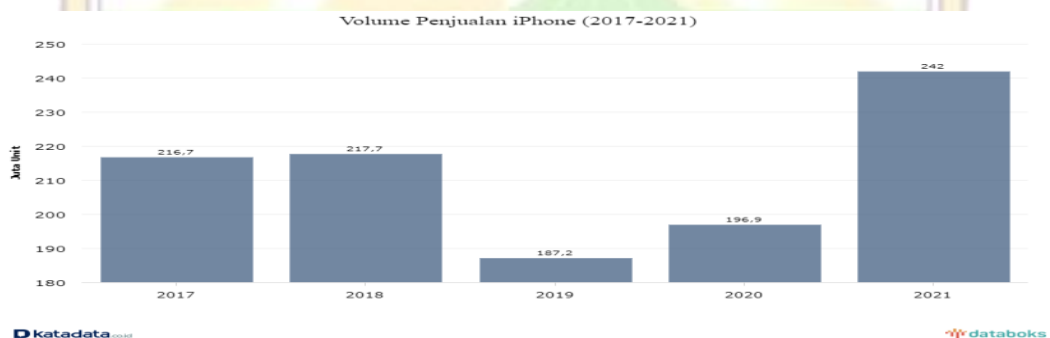
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone Apple*

Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unand 2019-2022

No	Faktor Pemilihan	Persentaase (%)
1	Gaya Hidup	29,6
2	Citra Merek	32,4
3	Kualitas Produk	38

Sumber (<https://docs.google.com/forms/>)

Dari tabel di atas dapat dilihat dari responden dapat memilih lebih dari satu faktor yang diisi, berdasarkan hasil survey awal 30 responden mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas Andalas yang membeli dan menggunakan produk *Smartphone Apple* banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone Apple*. Dari hasil survey di atas dapat disimpulkan bahwa tiga faktor di atas berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone Apple*.



Gambar 1. 1 Volume Penjualan Iphone

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dari data di atas volume penjualan *Smartphone Apple* sepanjang tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi, volume penjualan smarphone Apple mencapai

242 juta unit sedangkan tahun sebelumnya hanya 196,6 juta unit, pada tahun 2021 volume penjualan *Smartphone Apple* mengalami kenaikan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti akan menginvestigasi bagaimana konsumen memilih produk *smarthphone Apple* dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Apple* pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas ”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi masalah pokok adalah:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone Apple* pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas ?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone Apple* pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone Apple* pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas ?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smarthphone Apple* pada mahasiswa

program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smarthphone Apple* pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smarthphone Apple* pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smarthphone Apple* pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas.
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smarthphone Apple* pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis untuk menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh gaya hidup, citra merek & kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan

Pengaruh gaya hidup, citra merek kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone Apple* pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Andalas .

3. Bagi peneliti lain penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Bagi Akademis, sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah tersebut agar maksud dan tujuan penelitian ini tercapai dengan akurat. Penelitian ini akan mengkaji tentang gaya hidup, citra merek kualitas produk sebagai variable independent (X1, X2, X3), dan variable dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini menjelaskan teori-teori yang melandasi dengan permasalahan yang diteliti. Teori meliputi tentang gaya hidup dan citra merek pada bab ini membahas beberapa tinjauan Pustaka tentang penelitian terlebih dahulu, pengembangan hipotesis serta model kerangka pemikiran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, populasi, sampel penelitian, jenis dan sumber data, strategi pengumpulan data, definisi operasional pengukuran, dan model analisis data untuk mendukung hipotesis.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penyebaran kuesioner penelitian, analisis deskriptif penelitian, dan analisis data kuantitatif yang dikumpulkan untuk selanjutnya hasil temuan dibahas guna menjawab tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan bab penutup yang berisikan kesimpulan, saran yang berguna bagi peneliti selanjutnya, dan keterbatasan penelitian yang terdapat ketika melakukan penelitian.

