

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan hasil dari kreativitas manusia yang terus berkembang untuk mempermudah kehidupan sehari-hari. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan adalah komunikasi, terutama dengan hadirnya *smartphone* sebagai alat multifungsi. *Smartphone* tidak hanya berfungsi sebagai perangkat komunikasi, tetapi juga telah bertransformasi menjadi alat yang mendukung berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, pekerjaan, dan hiburan. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga gaya hidup, perilaku konsumsi, serta cara individu berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka. Sekarang ini hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai kalangan usia menggunakan *smartphone*, mulai dari anak-anak hingga dewasa, hal ini karena masyarakat merasa dimudahkan dalam berkomunikasi, mencari informasi tentang apapun yang dibutuhkan dan segala macam hiburan yang terdapat pada fitur yang ada pada *smartphone*.

Saat ini, hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai kalangan usia menggunakan *smartphone*, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dalam berkomunikasi, mencari informasi, dan menikmati berbagai hiburan yang tersedia melalui fitur-fitur dalam *smartphone*. Di era digital ini, *smartphone* menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari, terutama bagi Generasi Milenial, Generasi Z, hingga Generasi Alpha. Penggunaan *smartphone* yang intens dapat dilihat dari kecenderungan seseorang lebih memilih ketinggalan barang lain daripada ketinggalan *smartphone* saat bepergian. Hal ini tidak terlepas dari inovasi yang terus dikembangkan oleh industri *smartphone*, yang memungkinkan perangkat ini menjalankan berbagai fungsi seperti dompet digital (*e-money*), pemesanan tiket, dan berbagai kemudahan lainnya.

Penyempurnaan pada *smartphone* terus dilakukan melalui inovasi yang terus berlanjut dari waktu ke waktu oleh perusahaan yang menghasilkan berbagai macam *smartphone* dengan merek berbeda. Berbagai produsen *smartphone* selalu berlomba menghadirkan fitur terbaru, mulai dari kecerdasan buatan (AI), fotografi berkualitas tinggi, konektivitas 5G, hingga integrasi dengan perangkat lain. Di pasar *smartphone* saat ini, terdapat dua sistem operasi yang dominan, yaitu Android dan iOS. Android digunakan oleh berbagai merek seperti Samsung, Sony, Xiaomi, OPPO, dan Vivo dan lain sebagainya. Sementara itu, iOS eksklusif digunakan oleh produk Apple, yaitu iPhone.

Salah satu *smartphone* yang paling diminati oleh konsumen adalah iPhone. Produk ini dikenal sebagai simbol inovasi dan eksklusivitas, serta memiliki keunggulan dalam desain, kualitas kamera, dan integrasi ekosistem Apple yang sangat baik. Keunggulan tersebut menjadikan iPhone sebagai pilihan menarik bagi konsumen yang ingin mengekspresikan gaya hidup modern dan status sosial.

Menurut goodstats.id (2022), terdapat berbagai alasan mengapa konsumen tetap setia menggunakan iPhone, sebagaimana dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Alasan Responden Setia Menggunakan produk iPhone (2022)

No.	Nama	Persen Responden
1.	Kualitas kamera bagus	74,2
2.	Integrasi ekosistem baik	51,6
3.	Kualitas prosesor baik	50,9
4.	Produk awet dan tahan lama	50,7
5.	Punya <i>branding</i> eksklusif	48,9
6.	Keamanan kuat	43,2
7.	Penggunaan lebih mudah	42,5
8.	<i>User interface</i> baik	41,4
9.	Warna beragam dan elegan	26,2
10.	Harga jual stabil	23,5

Sumber : goodstats.id 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa mayoritas atau 74,2% responden mengaku setia memakai iPhone karena kualitas kamera yang digunakan sangat bagus. Kemudian 51,6% responden setia memakai iPhone karena ekosistem iPhone yang dinilai terintegrasi dengan baik, dan 50,7% responden setia menggunakan iPhone karena prosesor yang berkualitas baik. Berikutnya sebanyak 48,9% responden menilai iPhone memiliki branding yang eksklusif dan keren. Diikuti dengan alasan lainnya seperti risiko keamanan jebol lebih rendah sebanyak

43,2%, penggunaan lebih mudah 42,5%, dan user interface yang lebih ramah pengguna 41,4%. Adapula yang mengatakan bahwa iPhone memiliki pilihan warna yang beragam dan elegan, yakni sebanyak 26,2% responden. Sementara sebanyak 23,5% responden menilai *smartphone* besutan iPhone ini memiliki harga jual yang cenderung stabil.

Di Indonesia, penggunaan iPhone telah menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan. Pengguna *smartphone* iPhone di Indonesia kian hari semakin bertambah. Namun, kebanyakan dari mereka ternyata menggunakan *smartphone* bermerek iPhone hanya untuk kepentingan lifestyle dan sebagai simbolisasi atau ciri khas yang mewakili citra yang ada pada diri penggunanya. Data dari inilah.com menyatakan bahwa Indonesia merupakan pasar terbesar Apple di Asia Tenggara sebanyak 2,61 juta unit iPhone yang terjual pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan peningkatan daya beli masyarakat serta strategi pemasaran yang efektif dari Apple yang akan selalu meningkatkan penjualan mereka pada tahun-tahun berikutnya. Meskipun harga iPhone lebih tinggi dibandingkan merek *smartphone* lain, daya tariknya sebagai simbol status sosial tetap kuat, terutama pada kalangan yang ingin menunjukkan citra diri yang modern dan *up-to-date*.

Fenomena ini sangat relevan di kalangan mahasiswa, dimana iPhone sering kali dipilih bukan hanya karena kebutuhan teknis, tetapi juga karena faktor gaya hidup (*lifestyle*) dan pengaruh sosial. Mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi dan media sosial cenderung memilih *smartphone* yang mendukung aktivitas mereka sekaligus mencerminkan identitas dan status sosial. Kualitas kamera iPhone yang mendukung aktivitas di media sosial, desain yang elegan, serta pengalaman pengguna yang premium menjadi alasan utama di balik keputusan pembelian ini. Meningkatnya penggunaan iPhone di kalangan pelajar menunjukkan bahwa keberhasilan strategi dari perusahaan iPhone dalam merangkul selera konsumennya yang meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salsabiil dan Kusuma (2023), menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan generasi Z di Surabaya. Penelitian ini

memperkuat dugaan bahwa *lifestyle* merupakan salah satu faktor utama yang mendorong perilaku pembelian produk teknologi premium di kalangan mahasiswa.

iPhone juga telah berhasil membangun merek yang kuat dan menginspirasi mahasiswa di Politeknik Negeri Bengkalis. Di kampus ini, iPhone memiliki tempat tersendiri di hati mahasiswa, meskipun mereka berasal dari latar belakang ekonomi yang beragam. Tingginya penggunaan iPhone di lingkungan kampus menjadi fenomena menarik untuk diteliti.

Faktor gaya hidup diduga memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli *smartphone* iPhone. Penulis ingin mengkaji perilaku konsumen berdasarkan faktor tersebut. Oleh karena itu, penulis memandang penting untuk meneliti pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian iPhone di kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. Mahasiswa di wilayah non-metropolitan ini tetap mengikuti tren global, menjadikan mereka subjek menarik untuk dianalisis dalam konteks sosial dan ekonomi yang berbeda

Dari pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian iPhone” (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut, Bagaimana pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis hasil tanggapan responden tentang *Lifestyle* pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.
2. Untuk menganalisis hasil tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian *smartphone* merek iPhone pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.

3. Untuk menganalisis pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* merek iPhone pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian Bagi Penulis

Manfaat Penelitian bagi penulis 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.

2. Manfaat Penelitian Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau studi banding untuk penelitian selanjutnya, serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

3. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan

Menambah masukan bagi perusahaan khususnya di bagian pemasaran mengenai masalah *lifestyle* dan keputusan pembelian konsumen sebagai tambahan wawasan dan bisa menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian skripsi ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori teori yang relevan dengan pokok pembahasan dalam tugas penelitian skripsi ini khususnya yang berkaitan

dengan Pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta metode analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penulisan skripsi berkaitan dengan data yang mencakup Pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).

BAB 5 PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan kesimpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian pembahasan dan saran atau rekomendasi yang merupakan pernyataan dari peneliti mengenai perbaikan yang perlu dilakukan dimasa yang akan datang terkait dengan permasalahan penelitian.