

BAB I

PENDAHULUAN

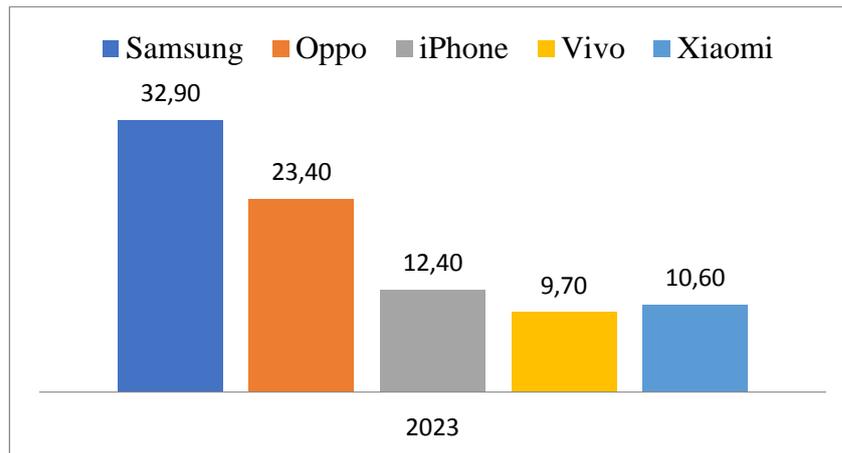
1.1 Latar Belakang

Persaingan di dunia bisnis menuntut perusahaan mewajibkan adanya strategi dalam bersaing untuk memenangkan pasar serta mengungguli pesaingnya. Meningkatkan pelayanan, memberikan kontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan setiap perusahaan mempunyai strategi yang berbeda untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan terhadap pesaing (Armstrong, 2015:218). Strategi menjadi peran yang sangat penting dalam melakukan pencapaian keberhasilan perusahaan tersebut. Strategi yang dilakukan perusahaan akan berdampak pada keputusan konsumen dalam membeli atau tidaknya produk yang ditawarkan (Mulfachriza et al., 2021).

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian digunakan perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan (Tjiptono dan Diana, 2016:20). Perusahaan menciptakan strategi pemasaran dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dan perusahaan dapat menentukan target penjualan. Seperti perusahaan telekomunikasi *smartphone* yang saat ini sangat dibutuhkan di semua kalangan dengan berbagai fitur yang akan digunakan menjadi pilihan dalam keputusan pembelian.

Penggunaan *smartphone* semakin meningkat setelah dunia menghadapi pandemi Covid 19 yang mengharuskan untuk isolasi mandiri dan semuanya serba online atau daring. *Smartphone* keluaran 2023 menyajikan sejumlah pemutakhiran teknologi dan fitur yang akan menjadi tren baru di dunia gadget. Seperti halnya dengan iPhone yang dari generasi pertama dengan fitur yang sudah canggih pada zamannya. Seiring perkembangan zaman, iPhone juga terus berevolusi dalam hal bentuk maupun fitur. Sudah 15 tahun berlalu sejak iPhone diperkenalkan dengan beragam kemampuannya yang dapat digunakan untuk melakukan panggilan telepon, terhubung internet, menerima e-mail, mendengarkan musik, hingga menawarkan peningkatan dari segi *hardware* yakni penggunaan *chip* A12 Bionic dengan biaya yang cukup tinggi (www.kompas.com, 2023).

Hal ini berdampak pada keputusan konsumen dalam membeli atau tidaknya. Perkembangan iPhone ini membuat banyak pengguna Android yang akhirnya beralih ke iPhone. Mayoritas pengguna Android beralih ke iPhone karena ponsel Android mereka lemot atau rusak dan perlu diganti. Pengguna Android beralih ke iPhone dengan alasan ini mencapai 53% dari total responden yang di survey *Consumer Intelligence Research Partners* (CIRP). Sementara itu, sebanyak 26% responden menyatakan ingin menjajal fitur baru seperti kamera yang disempurnakan, pilihan aksesoris yang diperluas, atau antarmuka yang lebih ramah pengguna. Dan 15% diantaranya mempertimbangkan masalah biaya. Namun, iPhone tetap dapat mempertahankan posisinya sebagai *smartphone* yang banyak dipakai konsumen (www.cnbcindonesia.com, 2023). Diikuti dengan hasil Index Penjualan *Smartphone* Tahun 2023.



Sumber : www.topbrand-award.com, 2023

Gambar 1.1

Penjualan *Smartphone* Tahun 2023

Gambar 1.1 menjelaskan indeks penjualan iPhone menempati posisi ke 3 Top Brand Award *Smartphone* tahun 2023. Meskipun begitu, Apple berhasil mendongkrak pendapatan karena berbagai faktor. Selain menarik pengguna android, harga jual rata-rata iPhone terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya permintaan untuk model iPhone Pro Apple yang lebih ramah margin (www.cnbcindonesia.com, 2023).

Secara khusus, harga jual rata-rata iPhone pada tahun 2023 sekitar \$988 dibandingkan dua tahun sebelumnya \$825. Dimana ada harga disitu ada barang, begitu kecenderungan Apple untuk mengembangkan inovasi produknya dengan menyimpan fitur-fitur yang lebih menarik (www.cnbcindonesia.com, 2023). iPhone berhasil mendefinisikan ulang arti sebuah *smartphone*. Kini jika sebuah handphone tidak dilengkapi dengan layar sentuh, tidak punya banyak fitur, tidak punya toko aplikasi, maka bisa dibilang bukan sebuah *smartphone*. Inovasi

produk juga mengembangkan produk yang berpusat pada pelanggan dimulai dan diakhiri dengan memecahkan permasalahan pelanggan Kotler dan Amstrong (2018:124). Inovasi produk juga membuat konsumen tidak merasa jenuh dengan apa yang ditawarkan pihak produsen. Ketika sebuah inovasi produk mampu menghadirkan harapan konsumen, maka peluang terjadinya keputusan pembelian konsumen semakin besar (Atnawati & Widiastini, 2021).

Inovasi produk pada iPhone pertama pada 2007 mengubah industri *smartphone* secara global. Dengan memangkas fungsi keyboard secara keseluruhan, iPhone generasi pertama berukuran layar 3,5 inci yang tergolong besar dan sudah canggih pada zamannya. iPhone berevolusi dalam bentuk dan fitur. Sudah 15 tahun lalu sejak iPhone dikeluarkan dengan beragam kemampuannya membawa sejumlah fitur yang terbilang inovatif seperti layar berukuran besar dan kemampuan touchscreen. Apple mulai melakukan perombakan desain di iPhone 4 dimana bodi iPhone 4 dilapisi bahan stainless steel dan memiliki ketebalan yang lebih tipis dibanding pendahulunya. Pada 20 September 2013, Apple memperkenalkan dua perangkat terbaru yakni iPhone 5c dengan desain bodi berbahan plastic dan varian warna casing yang beragam, sementara itu iPhone 5s dilengkapi dengan dua unit LED Flash dan bukaan lensa yang besar (kompas.com, 2023).

Menandai satu dekade iPhone di industri *smartphone*, Apple melakukan perombakan desain di iPhone X. iPhone X tak lagi memiliki tombol Home seperti generasi pendahulunya dan memiliki layar penuh. Selain itu, ciri khas yang dimiliki iPhone X adalah poni alias notch sebagai wadah kamera depan.

Pada September 2021 lalu, Apple resmi meluncurkan lini iPhone 13 secara global. iPhone 13 dan 13 Mini mengusung desain kamera belakang yang kini disusun secara diagonal, alih-alih vertikal seperti generasi sebelumnya. Sementara iPhone 13 Pro dan 13 Pro Max tampil dominan dengan tiga buah kamera punggung (www.kompas.com, 2023). Inovasi produk pada iPhone masih terdapat spesifikasi yang lebih baik dari android, berikut adalah tabel 1.1 ulasan pengguna iPhone pada inovasi produk.

Tabel 1.1
Keluhan Pengguna Terkait Inovasi Produk

Terkait	Bentuk Keluhan
Baterai iPhone	iPhone tampaknya semakin tertinggal dalam hal daya tahan baterai. Ponsel teratas dengan penghargaan masa pakai baterai terburuk!
Design iPhone	Ketiga iPhone SE lebih kecil dari iPhone biasa, dan keduanya sukses. Untuk kali ini, hal ini mengurangi sedikit biaya produksi, dan mungkin yang lebih penting, hal ini membantu membedakannya dari jajaran produk utama, yang mana UK melakukannya dengan sangat baik. Contoh negatifnya adalah iPhone 5C. Itu terjual dengan sangat baik, tetapi dianggap gagal karena kerusakan reputasi yang mereka dapatkan hanya dengan membuat iPhone yang lebih jelek dengan bagian belakang plastik, chip tahun lalu, dan tanpa sensor sidik jari.
Layar iPhone	iPhone hanya memiliki pabrik desain sosial. Semua layar dibuat oleh OEM. Tidak ada yang bisa dilakukan iPhone selain pasca-kalibrasi.

Sumber: www.gsmarena.com (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa saat ini produk iPhone memiliki beberapa kendala yang dirasakan oleh penggunanya, antara lain baterai yang mudah cepat habis, design iPhone yang dianggap gagal karena kerusakan reputasi yang mereka dapatkan hanya dengan membuat iPhone yang lebih jelek dengan bagian belakang plastic. Chip tahun lalu, dan tanpa sensor sidik jari, *LCD (Liquid Crystal Display)* rentan rusak yang di sebabkan mulai dari benturan, jatuh atau sampai komponen dibagian dalam, *Assistive Touch* iPhone untuk mengakses menu navigasi pada tombol iPhone sering mengalami masalah. Hal ini yang menyebabkan secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian. (www.gsmarena.com, 2023).

Selain inovasi produk, Apple juga mengembangkan inovasi teknologi pada iPhone memiliki daya tarik selain inovasi produknya yang terlihat elegan dan mewah. Inovasi teknologi merupakan sebuah gagasan, metode, tindakan, produk atau jasa yang dianggap baru oleh individu ataupun kelompok yang mengadopsinya sesuai teknologi yang digunakan. Anggapan sebagai ide terbaru oleh seseorang ditentukan oleh reaksinya dalam bertindak memanfaatkan teknologi yang tersedia. Inovasi teknologi merupakan suatu hal baru yang dilakukan terhadap produk dan jasa dengan menambahkan atau mengganti teknologi terdahulu dengan teknologi yang lebih terbaru sehingga lebih efektif dan efisien.

Dimana pada produk pertama, beberapa kemampuan yang ditawarkan seperti melakukan panggilan telepon, terhubung internet, melakukan transfer data iTunes, menerima e-mail, dan mendengarkan musik. Pada peluncuran iPhone 3G

2008, membawa peningkatan dari aspek konektivitas alias sudah mendukung koneksi 3G dan GPS serta ditambah fitur-fitur baru seperti sistem operasi versi terbaru, fitur push e-mail, petunjuk dalam fitur navigasi, hingga kehadiran toko aplikasi App Store. iPhone 4s meluncur dengan prosesor dual-core yang diperbarui. Apple juga memperkenalkan asisten virtual Siri, termasuk beragam layanan baru seperti iCloud, iMessage, Notification Center, Reminder, dan terintegrasi dengan Twitter. Pada iPhone 7 perangkat sudah ditangani chip A10 dan mengantongi sertifikasi anti-air. Hingga Apple meluncurkan iPhone 13 secara global. Jajaran iPhone 13 ini juga ditenagai chipset terbaru, A15 Bionic, yang diklaim mampu menghasilkan performa hingga 50 persen lebih ngebut. iPhone 13 Pro dan 13 Pro Max hadir dalam empat pilihan penyimpanan yang terdiri dari 128 GB, 256 GB, 512 GB, dan 1TB (kompas.com, 2023).

Dalam inovasi teknologi iPhone masih terdapat kendala pada perangkat lunaknya, berikut tabel 1.2 ulasan pengguna iPhone pada inovasi produk.

Tabel 1.2
Keluhan Pengguna Terkait Inovasi Teknologi

Terkait	Bentuk Keluhan
Program AI	Dari semua perusahaan, menurut saya iPhone adalah yang paling tidak mampu membuat AI. Tapi saya tidak keberatan terkejut bahwa mereka menghasilkan sesuatu yang hebat. AI berkembang pesat jika diciptakan dengan pikiran terbuka karena kita masih berada di tahap awal dan tidak ada yang tahu apa yang akan berhasil dan apa yang tidak. Ini adalah kebalikan dari cara iPhone mengendalikan setiap detail kecil dari UX. Itu sebabnya Siri lebih buruk dibandingkan asisten lainnya karena

	hanya dapat membalas dengan beberapa kalimat yang diizinkan iPhone untuk digunakan.
Grafis iphone	Saya membeli iPhone 15 pro kemarin dan sungguh mengecewakan. Saya menelepon itu adalah propaganda besar bahwa Anda akan memainkan game Ps5 di ponsel dan saya menginstal LOL wild rift di ponsel dan saya memiliki banyak frame brake memainkan game dengan grafis minimum. Sungguh luar biasa, saya sangat kecewa, saya menghabiskan lebih dari 1300€ di ponsel yang saya tidak bisa memainkan game sederhana, bayangkan game PS5. Di ponsel saya yang lain Samsung S23, saya memainkan game dengan grafis maksimal tanpa bingkai putus. Jika seseorang dapat membantu saya, mungkin saya melakukan sesuatu yang salah.
Chipshet	Semua chip di bawah 5nm mengonsumsi lebih banyak daya, namun pabrikan tidak mengenalinya (perlu menjual) dan mengenakan biaya lebih banyak sebagai barang baru. Mendorong elektron dalam silikon kecil lebih sulit dan kehilangan panas semakin meningkat.
Teknologi iPhone	iPhone pernah menjadi pemimpin teknologi, tetapi sekarang tidak lagi. Mereka hanya fokus mengumpulkan uang, tidak fokus menjadi pemimpin di bidang teknologi baru.

Sumber: www.gsmarena.com (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa saat ini teknologi yang dimiliki oleh iPhone mengalami berbagai macam permasalahan yang dirasakan oleh penggunanya, antara lain sistem perangkat lunak, yang dimana bagian program IA (Siri) pada iPhone lebih buruk dibandingkan asisten lainnya karena

hanya dapat membalas dengan beberapa kalimat yang diizinkan iPhone untuk digunakan. iPhone pernah menjadi pemimpin teknologi, tetapi sekarang tidak lagi. Mereka hanya fokus mengumpulkan uang, tidak fokus menjadi pemimpin di bidang teknologi baru. iPhone hanya mendapatkan update software selama 5 tahun kedepan. Terkadang terjadi bug pada sistem operasi ketika melakukan *update software* baru, dimana untuk *smartphone* iPhone, ketika melakukan *update software* akan mengalami sedikit *overheat* dan penurunan performa seperti ngelag atau penurunan FPS memang cukup mengganggu ketika mendapat *update software* baru. (www.gsmarena.com, 2023)

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup ini sering kali mencerminkan kelas sosial. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seseorang dan salah satunya gaya hidup (Sangun Subarman & Dunan, 2022). Beberapa perusahaan di dunia bertujuan untuk melayani konsumen dengan keuangan yang berlebih dan menciptakan produk dengan harga diatas pesaing dengan penawaran kualitas produk yang baik, ekuitas merek serta untuk mencerminkan gaya hidup seseorang. Sekarang ini gaya hidup yang dialami oleh remaja-remaja berpengaruh juga terhadap perilaku konsumtif mereka. Setiap remaja memiliki pandangan dan gaya hidup yang berbeda-beda, begitupun perbedaan cara mereka dalam memilih suatu produk seperti *smartphone*. Hal ini menimbulkan kebutuhan gaya hidup remaja yang notabennya menggunakan media sosial dengan mementingkan gaya hidup di bandingkan kebutuhan sehari-

hari. Produk iPhone lebih mewah, keren, dan merasa lebih percaya diri daripada android (www.kompasiana.com, 2023).

Selain itu perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologis tiap pribadi dalam menerima teknologi baru serta preferensi tiap individu yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong, (2016:224). Oleh sebab itu, produk yang dapat diterima bukan hanya produk yang bagus dari sisi produsen dan memiliki teknologi mutakhir, tetapi juga terdapat faktor dari sudut pandang konsumen. Inovasi produk mempunyai peranan yang sangat penting untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan perusahaan lain. Tanpa adanya inovasi produk yang kreatif dan inovatif, sangat sulit untuk suatu perusahaan menarik pelanggan yang baru dan yang sudah ada untuk tetap melakukan pembelian. Dengan hal itu, perusahaan harus tetap menjaga inovasi produk (Atnawati & Widiastini, 2021).

Keputusan memilih dan membeli produk sangat berkaitan dengan adanya gaya hidup sehingga keinginan untuk membeli produk dengan inovasi produk dan teknologi tertentu turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Kehidupan masyarakat saat ini yang sangat modern memiliki implikasi pada peran inovasi produk dan teknologi, artinya konsumen tidak sekedar menginginkan produk, tetapi juga menilai suatu produk dengan melihat inovasi produk dan teknologi (Almastoni & Sipur, 2022). Kehidupan modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan zaman.

Gaya hidup sering dijadikan alasan mengapa konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016:178) bahwa gaya hidup merupakan pola seseorang

yang dapat diekspresikan dalam sebuah aktivitas, minat, dan opininya (AIO). Secara umum aktivitas diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dapat dikenali dengan melihat bagaimana orang itu menghabiskan waktunya, minat sendiri dapat diartikan apa yang penting bagi mereka, sedangkan opini dapat diartikan apa yang orang pikirkan tentang dirinya sendiri atau orang lain.

Gaya hidup yang sedang dianut remaja kekinian sangat beragam, salah satunya gaya hidup yang dianggap keren adalah gaya hidup hedonisme. Hedonisme menimbulkan kecenderungan munculnya tingkah laku individu dengan individu lain melalui interaksi sosial guna memperoleh kesenangan dan kebebasan untuk mencapai kenikmatan. Hal ini memberikan kesan memaksa demi menuruti gaya hidup hedonisme agar tidak takut di cap ketinggalan jaman. Hal ini terjadi pada bisnis penyewaan *smartphone* iPhone. Menurut peneliti gadget Gatorade Lucky Sebastian, alasan orang-orang menyewa iPhone karena para penyewa ingin bergaya dan diakui sebagai orang berhasil. Selain itu, fitur iPhone yang beragam dan berbeda dari *smartphone* lainnya. Apple mempunyai sistem operasi (OS) sendiri yakni iOS dan toko aplikasi App Store (www.kompas.com, 2023)

Dalam permintaan pasar yang tinggi menjadikan *smartphone* sebagai salah satu gaya hidup yang mempunyai minat daya beli tinggi terhadap konsumennya. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada target pasarnya masing-masing karena keberlangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya *smartphone* (Safar dan HS, 2019). Salah satu perusahaan *smartphone* yang dimintai beredar di Indonesia adalah Apple. Apple merupakan

perusahaan yang mendesain, mengembakan dan menjual perangkat keras dan perangkat lunak, perangkat keras yang diproduksi oleh *Apple* adalah iPhone. iPhone adalah *smartphone* pertama *Apple* yang dirilis pada tahun 2007. iPhone mencoba memasuki pasar dengan konsep yang berbeda, terbukti dari harga dan kualitas produk. iPhone dirancang agar mudah dibawa dan memiliki bentuk fisik yang unik, sehingga memudahkan pengguna iPhone untuk mengidentifikasi dan mengoperasikan produk iPhone. iPhone memiliki sistem operasi yang berbeda dari *smartphone* lain dan hanya digunakan oleh produk *Apple* yang menggunakan sistem operasi mereka sendiri (Norbaiti & Rahmi, 2020).

Suatu keputusan melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif yang selanjutnya dipilih salah satunya dengan memutuskan pembelian. Kloter & Keller (2016:102) menjelaskan bahwa pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek dalam pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Tjiptono dan Diana (2016:22) keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat langsung dalam memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Dalam melakukan keputusan pembelian ada hal yang sangat penting untuk diperhatikan hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan

memberikan inovasi produk dan teknologi kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi baru pada suatu produk. Saat ini adalah era dimana orang membeli *smartphone* bukan karena nilai manfaatnya, namun karena citra merek produk tersebut serta gaya hidup penggunanya, demi sebuah penilaian semata dari orang lain (Nurzanah & Liliyan, 2023). Mereka cenderung tidak memikirkan fungsi dan tujuan yang jelas dalam membeli barang tersebut. Idealnya membeli *smartphone* dengan melihat dari manfaatnya dan juga fungsi yang dimiliki oleh barang tersebut.

Research gap dalam penelitian ini yaitu mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al.,(2020), Mala (2019), Hasbullah & Muchtar (2022) Sudarsana & Yulianthini (2021) menyebutkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan Oktavianto & Kusuma Wardhani (2022), Syafulloh et al.,(2022), Atnawati & Widiastini (2021) menyebutkan bahwa inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Aryoni et al., (2019) menyebutkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap gaya hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Detya Wiryany et al., (2019) menyebutkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap gaya hidup.

Penelitian yang dilakukan oleh Somantri et al.,(2020), Najoran et al.,(2022), Syafulloh et al.,(2022), Exstrada (2020) menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan Monica Wolff et al., (2021), menyebutkan bahwa gaya hidup

berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk memperdalam mengenai keputusan pembelian *smartphone* berkaitan dengan inovasi produk, inovasi teknologi dan gaya hidup, dalam penelitian ini peneliti menggunakan *smartphone* iPhone sebagai objek penelitian. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna iPhone di Kudus)**”.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Eksogen dalam penelitian ini ialah variable X1 (Inovasi Produk yang mengacu pada inovasi fisik produk) dan X2 (Inovasi Teknologi yang mengacu pada inovasi fitur teknologi), sedangkan Variabel Endogen Y2 (Keputusan Pembelian).
- b. Variabel *Intervening* dalam penelitian ini ialah variabel Y1 (Gaya Hidup)
- c. Responden dalam penelitian ini yaitu pengguna *smartphone* iPhone di Kabupaten Kudus.
- d. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2023 setelah mendapat persetujuan untuk melakukan penelitian.

1.3 Perumusan Masalah

1.3.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas diperoleh beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain:

1. Penjualan *smartphone* pada tahun 2023 (Gambar 1.1).
2. Inovasi produk iPhone yang spesifikasinya mengalami beberapa jenis kerusakan (Gambar 1.2).
3. Inovasi teknologi iPhone yang ada pada bagian perangkat lunak yang sering kali dikeluhkan oleh penggunanya (Gambar 1.3).
4. Gaya hidup remaja yang notabennya menggunakan media sosial dengan mementingkan gaya hidup di bandingkan kebutuhan sehari-hari (Gambar 1.3).

1.3.2 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini rumusan masalah yang dapat diambil berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk pada Keputusan Pembelian terhadap pengguna Hp iPhone di Kudus?
2. Bagaimana pengaruh Inovasi Teknologi pada Keputusan Pembelian terhadap pengguna Hp iPhone di Kudus?
3. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk pada Gaya Hidup terhadap pengguna Hp iPhone di Kudus?

4. Bagaimana pengaruh Inovasi Teknologi pada Gaya Hidup terhadap pengguna Hp iPhone di Kudus?
5. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup pada Keputusan Pembelian terhadap pengguna Hp iPhone di Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan diatas, diantaranya:

1. Menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* pada pengguna hp iPhone di Kudus.
2. Menganalisis pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* pada pengguna hp iPhone di Kudus.
3. Menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Gaya Hidup pada pengguna hp iPhone di Kudus.
4. Menganalisis pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna hp iPhone di Kudus.
5. Menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna hp iPhone di Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

a) Secara Teoritis

1. Bagi peneliti, sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan inovasi produk,

inovasi teknologi, terhadap keputusan pembelian dengan gaya hidup sebagai variabel *intervening*.

2. Bagi dunia pendidikan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan keputusan pembelian atau pun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.

3. Bagi pihak lain hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dengan referensi bacaan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

b) Secara Praktis

1. Bagi perusahaan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan inovasi produk dan inovasi teknologi terhadap pengguna iPhone.

2. Bagi perusahaan terkait penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan suatu organisasi atau perusahaan dalam pengaruh inovasi produk, inovasi teknologi, gaya hidup dan keputusan pembelian pada perusahaan atau organisasi.