

BAB I

PENDAHULUAN

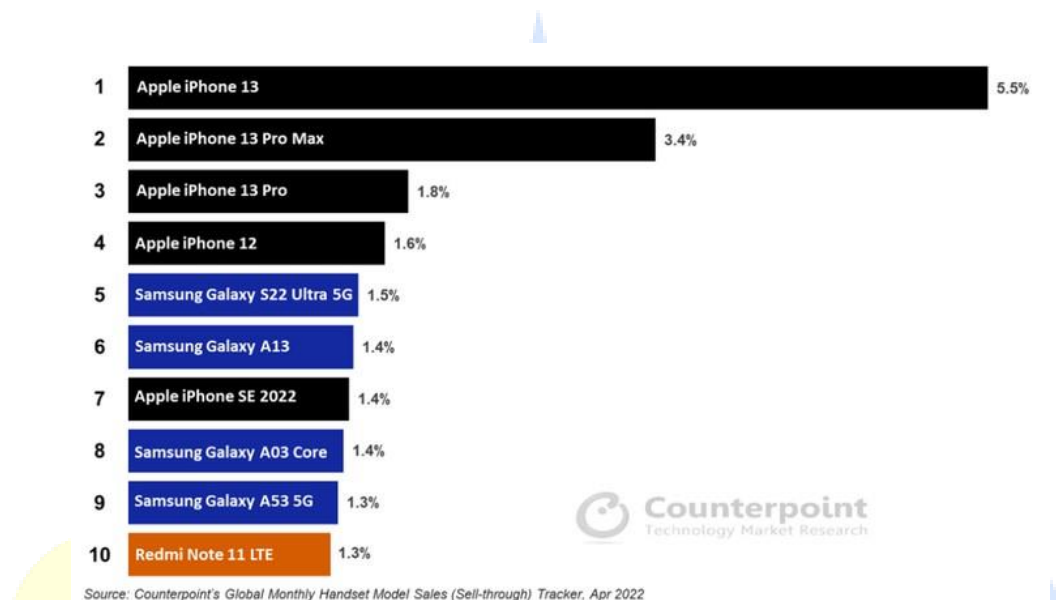
1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dapat mempermudah kebutuhan manusia untuk membantu aktivitas sehari-hari mulai dari komunikasi, *push E-mail*, belanja online, *mobile banking (m-Banking)*, *browsing*, bahkan sekadar *update* status di media sosial. Pada era yang serba digital saat ini manusia tidak pernah lepas dari hal-hal yang berkaitan dengan teknologi sehingga menyebabkan keperluan *smartphone* semakin meningkat. Salah satu merek *smartphone* terkenal yang beredar di pasar Indonesia yaitu Iphone produk dari perusahaan Apple Inc. “Apple Inc atau lebih dikenal dengan Apple adalah perusahaan yang didirikan oleh Steve Jobs selaku CEO dari perusahaan.



Gambar 1.1 Pangsa Pasar Vendor Seluler di Indonesia (2020-2021) Sumber: Seluler.id

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan produk keluaran perusahaan Apple berupa produk handphone Iphone di Indonesia cukup banyak peminatnya hingga menempati posisi 6 besar. Produk Iphone cukup diminati masyarakat Indonesia walaupun terdapat persaingan dengan produk Samsung, Oppo, Xiaomi, Vivo, dan Realme.



Gambar 1.2 10 Ponsel Terlaris di Dunia per April 2022
Sumber: Kompas.com

Smartphone keluaran Apple, iPhone 13 menjadi yang paling laris di dunia yang diikuti dengan Iphone seri lainnya. Di seluruh negara, para pembeli bahkan rela menunggu hingga beberapa minggu sampai produk Iphone tersedia. Gambar 1 dan 2 menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk Iphone tinggi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya produk, harga, promosi, dan gaya hidup.

Iphone unggul dengan ciri khas yang berbeda dari *smartphone* lainnya, yaitu iPhone mempunyai nama yang mudah diingat dengan ciri khas logonya dan inovasi produk setiap keluaran terbaru yang secara tidak langsung menjadi strategi promosinya, beserta spesifikasi yang bisa dibilang titik unggul yang sebanding dengan harga. Iphone dimodifikasi dengan system operasi yang berbeda dengan

smartphone lainnya karena produk Apple ini menciptakan os sendiri, os adalah operating system untuk perangkat keras Apple, alasan Apple menggunakan os sendiri karena perangkat yang diproduksi akan bekerja sangat maksimal, dan osnya sangat mengikuti kemajuan teknologi yang mampu menguasai berbagai os lain, hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen iPhone.



Gambar 1.3 Data Penjualan iPhone Tahun 3Q Tahun 2022
Sumber: Canalys Smartphone Analysis (2022)

Pasar *smartphone* sangat reaktif terhadap permintaan konsumen dan vendor dengan cepat menyesuaikan diri terhadap kondisi bisnis yang sulit (Canalys, 2022). Bagi sebagian besar vendor, prioritasnya adalah mengurangi risiko penumpukan inventaris mengingat menurunnya permintaan. Vendor memiliki persediaan yang signifikan pada bulan Juli, namun penjualan secara bertahap meningkat dari bulan September karena diskon dan promosi yang agresif. Strategi penetapan harga produk-produk baru dirancang dengan hati-hati, bahkan bagi Apple, untuk menghindari penolakan signifikan dari konsumen yang kini cenderung sangat sensitif terhadap kenaikan harga apa pun.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan faktor dari suatu produk yang paling sering digunakan oleh sebagian konsumen untuk mengevaluasi suatu produk yang akan dibeli sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Harga adalah faktor utama yang selalu dipertimbangkan dalam sebuah keputusan pemilihan dan pembelian suatu produk.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu promosi yang menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Manajemen (S1)	JENIS KELAMIN		TOTAL
	PRIA	WANITA	
Angkatan			2.110
2019	311	441	580
2020	219	427	545
2021	244	395	465
2022	268	400	520

Sumber: BAAK UMK (2022)

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa jumlah mahasiswa S1 (strata 1) di Universitas Muria Kudus per tahun 2022 sebanyak 2.110 mahasiswa yang terdiri dari beberapa Angkatan, yaitu tahun 2019 hingga 2022. Fenomena yang terjadi saat ini ialah cukup tingginya jumlah pengguna Iphone dikalangan mahasiswa, salah satunya mahasiswa Universitas Muria Kudus. Meskipun jumlah pengguna android di kalangan mahasiswa masih menjadi teratas, namun jumlah pengguna Iphone tak kalah banyak yang menjamur karena tren yang ada juga tingginya gaya hidup para mahasiswa masa kini.

Research gap pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tarigan, Hesti, dan Yuni (2020) menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian seseorang. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulius dan Muh (2022) menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan jika tinggi rendahnya gaya hidup seseorang tidak akan mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Pada penelitian Lestari dan Emilia (2021) ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Nadiya dan Susanti (2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian Ardian dan Farida (2021) ditemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Fathorrahman, et al. (2022) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian Armayani dan I Made (2019) ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Nasution, Linzzy, dan Muhammad (2019) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian Triadi, Yustiani, dan Danang (2021) ditemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Rohman dan Diesyana (2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Dengan fenomena yang terjadi, maka gaya hidup anak muda jaman sekarang cenderung tinggi, kemudian banyaknya persaingan smartphone di Indonesia sehingga menyebabkan konsumen bebas memilih produk yang ingin dibeli. Selain itu harga smartphone Iphone cukup tinggi namun tetap dibeli.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud untuk meneliti pengaruh antara kualitas produk, harga, promosi, gaya hidup, dan keputusan pembelian dalam judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Iphone Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus”.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini antara lain:

- a. Objek penelitian ini yaitu pengguna Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK;
- b. Variabel yang diteliti meliputi variable independen yaitu produk, harga, promosi, dan gaya hidup dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian;
- c. Penelitian dilakukan selama 1 bulan mulai bulan November hingga Desember 2023.

1.3. Perumusan Masalah

Pernyataan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini adalah pada keputusan pembelian produk Iphone terjadi penurunan penjualan karena harga produk yang tinggi dengan promosi yang minim dilakukan meskipun kualitas produk sangat baik dan juga gaya hidup para konsumen yang tinggi.

Dari penjelasan di atas, maka pertanyaan penelitian antara lain:

1. Bagaimanakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK?
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK?
4. Bagaimanakah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK?

5. Bagaimanakah pengaruh produk, harga, promosi, dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK
4. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK
5. Menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa FEB UMK

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan literatur bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama yang berkaitan dengan masalah yang terjadi dalam penelitian dan juga dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pengembangan untuk penelitian selanjutnya serta menambah keilmuan bagi para mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan menyangkut pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone merk iphone pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.