

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini ditandai dengan perubahan teknologi komunikasi yang cukup signifikan dari tiap generasi. Perubahan tersebut didukung dengan beragamnya aktivitas masyarakat sehari-hari menggunakan teknologi komunikasi. Salah satu teknologi komunikasi yang selalu *up to date* dan digunakan dalam kegiatan sehari-hari adalah *smartphone* atau ponsel pintar.

Smartphone adalah alat komunikasi yang sudah menjadi kebutuhan sekunder khususnya gen Y (*millennial*) maupun gen Z. Dengan inovasi fitur dan tampilan yang semakin canggih, membuat daya tarik *smartphone* banyak dicari dan dibutuhkan oleh generasi saat ini.

Salah satu inovasi dari fitur dan tampilan *smartphone*, yakni menggunakan fitur layar sentuh (*Touchscreen*). *Touchscreen* adalah bentuk inovasi teknologi yang mengandalkan sensor sentuhan, baik sentuhan jari maupun pen. Kemajuan teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna hanya dengan menyentuh layar *smartphone* untuk menjalankan berbagai fungsi dan aplikasi yang ada.

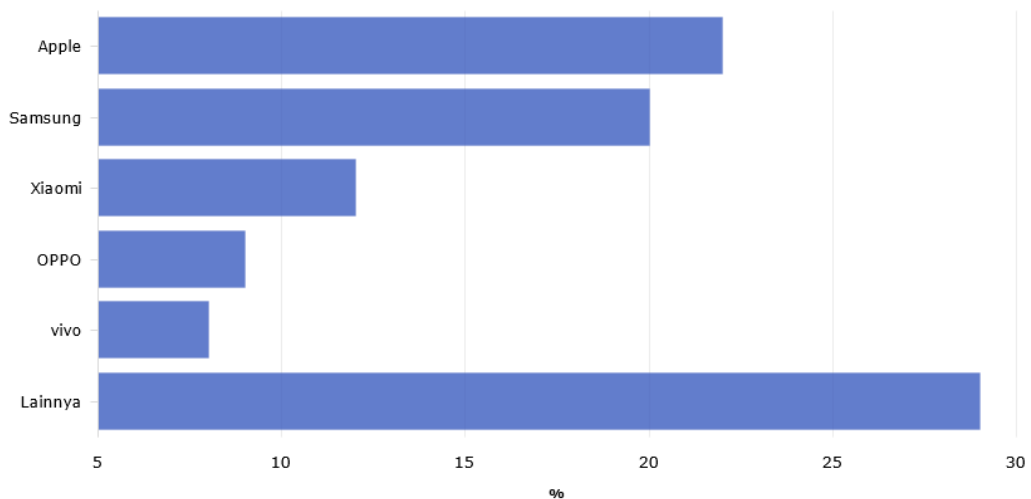
Terdapat beberapa merek (*brand*) *smartphone* yang sudah menggunakan teknologi *touchscreen*, seperti iPhone, Samsung, Xiaomi, Oppo, Vivo, dan lainnya. Selain digunakan pada perangkat *smartphone*, *touchscreen* juga sudah banyak ditemui di tempat-tempat umum, seperti bandara, mall dan stasiun. Hal ini terbukti semakin canggih teknologi di era globalisasi khususnya generasi *millennial*, maka semakin banyak yang menerapkan atau mengimplementasikan teknologi tersebut.

iPhone merupakan salah satu *smartphone* yang sudah menggunakan teknologi *touchscreen*. iPhone adalah produk yang diciptakan oleh Apple Inc yang memiliki sistem operasi berbasis iOS (*iPhone Operating System*). IOS

merupakan sistem operasi yang memiliki tingkat keamanan *high level*, dimana memberikan pencegahan adanya potensi rusaknya pada aplikasi.

Apple memiliki keunikan dimana mengembangkan iOS dengan cara tertutup (*close source*) dibanding dengan Android yang dibuat secara terang-terangan dan dikerjakan banyak vendor. Hal ini membuat Apple menjadi satu-satunya perusahaan yang mengetahui *source code* atau pelindung mandiri pada penempatan aplikasi yang tidak diketahui kompetitor.

Spesifikasi dan desain yang menggunakan casing logam tahan gores serta tampilan Touch ID yang berbeda, memberikan kesan tersendiri pada iPhone yang tidak dimiliki oleh *brand* lain. Selain itu, kapasitas penyimpanan yang besar dan sistem kamera yang berteknologi tinggi menjadikan merek iPhone lebih unggul. Hal ini membuat iPhone dikenal dengan citra merek yang memiliki banyak keunggulan dan manfaat bagi penggunanya. Berikut pangsa pasar *smartphone* Global yang disajikan pada gambar berikut.

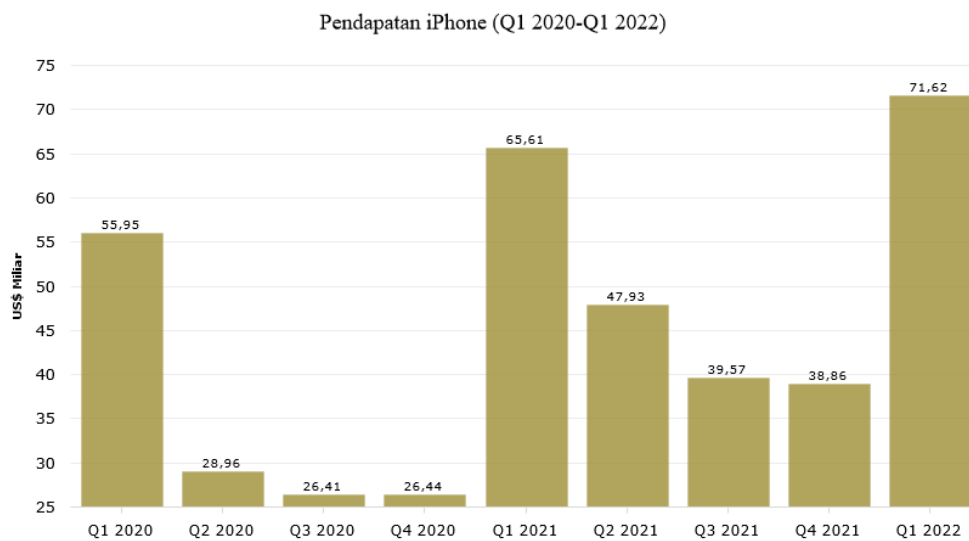


Gambar 1.1 Pangsa Pasar Penjualan Smartphone Global pada Kuartal IV 2021

Sumber: Laporan Firma Riset Canalys (2022),
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/24/>.

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, menunjukkan bahwa Apple menjadi urutan pertama dengan pangsa pasar (*market share*) mencapai 22% pada kuartal IV 2021. Di tahun ini pula, penjualan Apple mengalami penurunan 1% dibandingkan

dengan periode yang sama tahun 2020 sebesar 23%. Meskipun mengalami penurunan, Apple berusaha untuk tetap unggul dan berada di posisi teratas mengalahkan merek smartphone lainnya. Keunggulan tersebut dikarenakan teknologi yang diciptakan berhasil menarik kepercayaan dan ketertarikan konsumen, khususnya pada smartphone iPhone. Selain teknologi, kesuksesan Apple juga didukung berkat keluaran *seri* (tipe) iPhone yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Berikut volume penjualan iPhone yang dijelaskan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.2 Volume Pendapatan iPhone pada Kuartal 1 Tahun 2020 - 2022

Sumber: Business of Apps (2022),

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/17>.

Pada gambar 1.2 diatas, diketahui bahwa pendapatan iPhone mengalami peningkatan secara fluktuasi setiap tahunnya. Hal ini disebabkan Kuartal 1 mengalami peningkatan yang signifikan. Pada Kuartal 1 tahun 2022, peningkatan mencapai 9,16% dengan pendapatan yang diperoleh sebesar US\$ 71,62 miliar. Dibandingkan tahun sebelumnya di periode yang sama hanya memperoleh sebesar US\$ 65,61 miliar. Menurut Business of Apps, terjadinya peningkatan pada pendapatan iPhone disebabkan *seri* yang diluncurkan menarik perhatian konsumen dan sudah dipercaya menjadi citra merek yang berkualitas.

Peluncuran *seri* (tipe) pada smartphone iPhone selalu terbaru dan ter-upgrade. Terbukti yang sedang booming akhir-akhir ini yaitu iPhone 13 Pro dan 13 Pro Max. Kedua tipe tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan yang masing-masing tidak bisa dibandingkan. Contoh, pada iPhone 13 Pro memiliki layar sebesar 6.1 inci dengan resolusi 2532 x 1170 piksel, dan memiliki berat 203g. Sedangkan pada iPhone 13 Pro Max, layar yang dimiliki sebesar 6.7 inci dan resolusi 2778 x 1284 piksel, dengan berat 238g.

Kelebihan yang dimiliki pada kedua *seri* tersebut, memiliki keunggulan dalam sistem operasi (*iOS 15*). *IOS 15* dirancang untuk melindungi privasi pengguna dengan dilengkapi fitur-fitur yang canggih. Ketahanan layar yang dibuat dari *Ceramic Shield*, dengan beragamnya pilihan warna yang sangat identik. Kapasitas penyimpanan yang dirancang beragam mulai dari: 128GB, 256GB, dan 512GB untuk menyimpan file-file penting. Dengan sistem keamanan (*Ingress Protection*) tahan terhadap air (*Waterproof*) pada kedalaman maksimum 6 meter selama 30 menit, menjadi sebuah keunggulan pada produk tersebut. Selain itu, dilengkapi dengan fitur Face ID yang sangat canggih dengan memakai masker wajah pengguna terdeteksi untuk membuka aplikasi dan kata sandi.

Berkat kecanggihan tersebut, *smartphone* iPhone tidak pernah gagal dalam memikat dan menarik perhatian semua orang. Adanya keinginan dan kesenangan tersendiri untuk memiliki produknya, membuat seseorang rela merogoh uang lebih banyak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya tersebut.

Citra merek iPhone juga dirasakan oleh kalangan mahasiswa. Mahasiswa adalah kalangan yang terdiri dari kaum millenial dan kaum Z yang paling mengikuti trend terkait kemajuan teknologi. Hal ini membuat mahasiswa menjadi smart dan selektif dalam mempertimbangkan dan membeli sebuah *smartphone*. Oleh karena itu, mahasiswa dianggap lebih tepat untuk menjadi subjek dalam penelitian ini. Mahasiswa yang dipilih oleh penulis untuk menjadi subjek penelitian yaitu Mahasiswa STEI Jakarta. Hal ini karena memudahkan penulis untuk meninjau dan melakukan penelitian yang lebih mendalam. Mahasiswa yang pernah dan sedang menggunakan *smartphone* iPhone tentu merasakan nilai dan manfaat dari kecanggihan teknologi *smartphone* tersebut. Sebab memberikan keunggulan baik dari segi fitur dan sistem penyimpanan yang cukup besar,

memudahkan mahasiswa untuk menyimpan file atau dokumen tugas yang didapat saat perkuliahan. Selain itu, menggunakan *smartphone* iPhone juga memberikan rasa aman akan data penggunanya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian mendalam terkait **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Perceived Value dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Pada Mahasiswa STEI Jakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone ?
2. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone ?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan diatas, tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui seberapa pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone pada mahasiswa STEI Jakarta.
2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone pada mahasiswa STEI Jakarta.
3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone pada mahasiswa STEI Jakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkaitan, seperti :

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya untuk memberikan ilmu dan wawasan baru bagi penulis maupun penulis lainnya khususnya mahasiswa STEI Jakarta.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Menambah ilmu dan pengetahuan penulis terkait citra merek, *perceived value* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* iPhone.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan dan saran untuk perusahaan maupun store iPhone dalam meningkatkan kualitas dan kredibilitas produknya khususnya *smartphone* iPhone.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Sebagai bahan referensi dan pertimbangan bagi penulis selanjutnya yang ingin mengetahui lebih mendalam berkaitan dengan topik penelitian ini.