

BAB I

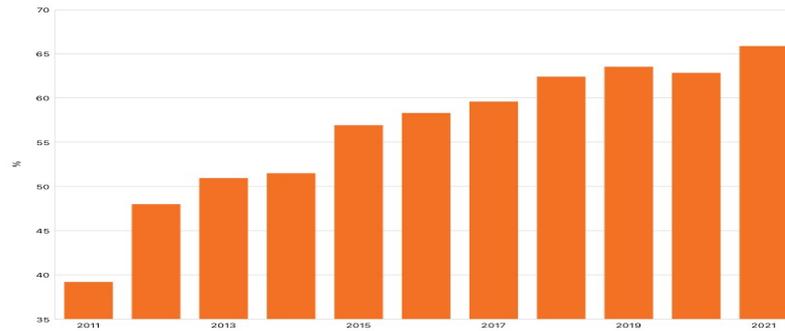
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, keberadaan teknologi menjadi peran penting dalam kehidupan manusia terutama dalam bidang komunikasi. Dengan adanya kemajuan teknologi, komunikasi antar manusia menjadi lebih mudah dan praktis. Salah satu contoh adanya perkembangan teknologi di bidang komunikasi adalah kemunculan telepon seluler yang tidak hanya dapat digunakan untuk menelepon dan mengirim pesan saja, tetapi dapat digunakan juga untuk browsing, berbelanja online, video call, dan melakukan transaksi keuangan. Perkembangan ini menyebabkan telepon seluler saat ini memiliki sebutan lain yaitu telepon pintar atau *smartphone*.

Kecanggihannya fitur dan banyaknya manfaat yang ditawarkan, menyebabkan *smartphone* banyak diminati oleh masyarakat. Saat ini, hampir semua golongan masyarakat memiliki dan menggunakan *smartphone*. Tidak hanya sebagai kebutuhan alat komunikasi saja, tetapi *smartphone* saat ini juga menjadi bagian dari gaya hidup. Hal ini menjadi dorongan bagi perusahaan-perusahaan *smartphone* untuk terus meningkatkan kualitas dan layanan yang dapat menunjang kebutuhan konsumen, sehingga dapat bersaing di pasar global.

Penggunaan *smartphone* tidak hanya populer di kalangan orang dewasa saja, tetapi juga di kalangan anak muda khususnya Generasi Z atau yang biasa disebut dengan Gen Z. Stillman (2019:1) berpendapat bahwa Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai 2012 dan menguasai teknologi dengan lebih maju. Berdasarkan pada pengertian Gen Z yang dikemukakan oleh Stillman tersebut, maka umur Gen Z diperkirakan masih dalam tahap perkembangan dan transisi dari masa remaja ke masa dewasa yaitu berkisar antara 10-26 tahun. Di Kota Jakarta Timur, Gen Z juga memiliki peran sebagai salah satu kelompok yang juga berpengaruh dalam industri *smartphone*, berikut presentase kepemilikan *smartphone* di Indonesia :

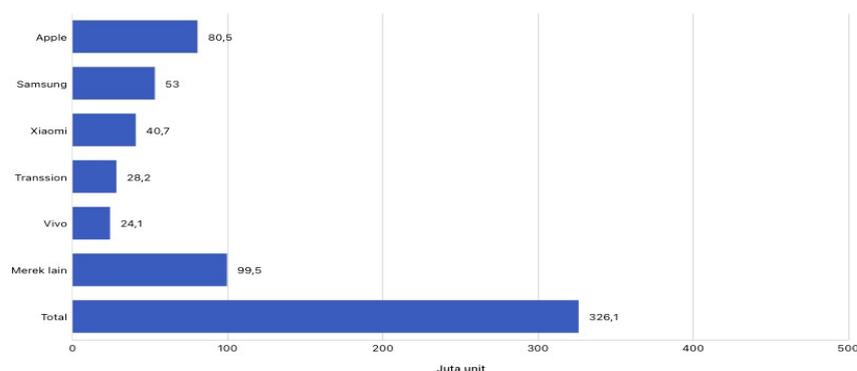


Gambar 1.1 Presentase Kepemilikan Smartphone

Sumber: Databooks (2022)

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah orang yang memiliki smartphone di Indonesia pada tahun 2021 sudah mencapai 65,87% dari total penduduk, jika dibandingkan dengan kondisi 10 tahun terakhir, presentasi penggunaan ponsel pintar naik drastis hingga 68%, pada tahun 2011 yang hanya berkisar 39,19% berdasarkan data BPS, rata-rata penduduk yang mempunyai ponsel dari tahun 2011 hingga 2021 naik sekitar 2,53% setiap tahunnya, yang berarti pertumbuhan penggunaan ponsel di Indonesia naik secara signifikan.

Salah satu merk smartphone yang saat ini banyak diminati oleh generasi Z adalah iPhone. iPhone pertama kali dirilis oleh Apple pada tahun 2007. iPhone mempunyai konsep yang unik dan berbeda dari para pesaingnya, terbukti dari harga dan kualitas produknya, mempunyai bentuk fisik yang unik dan berbeda dari smartphone lain, hal ini memudahkan pengguna iPhone mengenali dan mengoperasikan produknya, yang lebih menarik, iPhone juga mempunyai sistem operasi yang beda dari smartphone lainnya dan hanya dapat digunakan oleh pengguna produk Apple itu sendiri, banyaknya keunggulan yang dimiliki iPhone menjadikan iPhone produk yang paling banyak diminati, dapat dibuktikan oleh data dibawah ini :

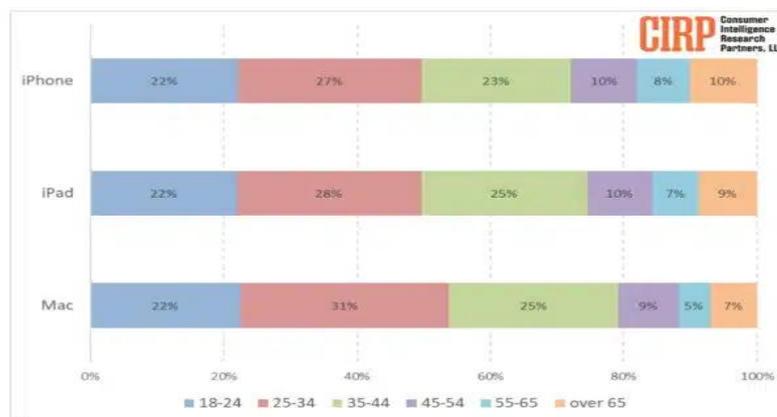


Gambar 1.2 Volume Pengiriman

Sumber: Databooks (2024)

Menurut laporan *International Data Corporation (IDC)*, pengiriman smartphone secara global pada kuartal IV-2023 mencapai 326,1 juta unit, mengalami peningkatan sebesar 8,5% dibandingkan dengan kuartal IV-2022 (tahun ke tahun). Selama kuartal tersebut, iPhone berhasil menjadi smartphone terlaris di seluruh dunia dengan pengiriman sebanyak 80,5 juta unit, mengalami peningkatan sebesar 11,6% (tahun ke tahun). Dengan demikian, produk Apple tersebut berhasil menguasai 24% pangsa pasar pengiriman smartphone global pada kuartal terakhir tahun sebelumnya.

Selain penjualan iPhone, berikut ini merupakan jumlah pengguna iPhone berdasarkan rentang usia :



Gambar 1.3 Usia Pengguna Produk Apple

Sumber: <https://www.actualidadiphone.com/id/> (2022)

Dari data tersebut terlihat bahwa sekitar 50% dari seluruh pengguna perangkat Apple berusia antara 18 hingga 34 tahun. Jika diperluas rentang usia menjadi 18 hingga 44 tahun, persentasenya naik menjadi sekitar 70%. Artinya, hanya sekitar 30% persen pengguna perangkat Apple yang berusia di atas 45 tahun. Terlihat bahwa mayoritas pengguna Apple adalah generasi muda, yang menunjukkan bahwa mereka adalah basis konsumen utama perusahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa kontribusi dari generasi muda sangat berperan dalam kesuksesan bisnis Apple.

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini, pemahaman perilaku konsumen menjadi sangat penting bagi perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk atau layanan yang tepat sasaran dan dapat bersaing dalam jangka waktu yang lama. Dalam Perilaku Konsumen, individu melakukan proses pengambilan keputusan dan aktivitas untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, serta mengatur barang dan jasa. Nugroho dalam Mauludin et al., (2022:111)

Pengaruh Gaya hidup menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Gaya hidup modern yang serba cepat dan terhubung dengan teknologi mempengaruhi preferensi mereka terhadap iPhone. iPhone dianggap sebagai perangkat yang mampu memenuhi kebutuhan gaya hidup yang dinamis dan terhubung dengan dunia digital. Kotler & Kettler dalam Moeda silalahi (2021:141) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup individu yang dicerminkan melalui aktivitas, minat, dan opini utama konsumen.

Selain itu, harga juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian generasi Z di Jakarta Timur. Meskipun iPhone dikenal sebagai produk yang relatif mahal, generasi Z cenderung melihatnya sebagai investasi jangka panjang dan nilai yang sebanding dengan apa yang mereka dapatkan. Mereka mungkin juga mencari penawaran diskon atau program pembiayaan yang memudahkan aksesibilitas terhadap produk tersebut.

Dalam hal ini Kualitas produk juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian smartphone iPhone generasi Z di Jakarta Timur. Mereka menginginkan smartphone yang memiliki kualitas yang tinggi, fitur terkini, dan performa yang baik. Mereka juga menghargai desain yang menarik dan pengalaman pengguna yang mulus. Kualitas produk iPhone yang diakui secara global dapat menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian mereka.

Di kota Jakarta Timur, generasi Z memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan gaya hidup yang modern. Mereka terpengaruh oleh tren dan kebutuhan akan konektivitas yang tinggi. Mereka juga terpapar oleh pengaruh teman sebaya dan media sosial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu Penelitian ini berfokus pada generasi Z di Kota Jakarta Timur yang berusia antara 10-26 tahun. Mereka pernah menggunakan iPhone dalam pekerjaan dan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini didasarkan oleh berbagai faktor seperti kebutuhan dasar, kebutuhan tingkat tinggi seperti gaya hidup, kebiasaan, tingkat ekonomi, kehidupan sosial, faktor-faktor tersebut memiliki potensi mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesenjangan penelitian yang ada dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan yang belum tercakup sebelumnya pada variabel Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paendong & Tielung (2016). Didapatkan hasil kesimpulan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan

menurut penelitian Thania & Anggarini (2021) Didapatkan hasil kesimpulan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian penelitian pada variabel harga terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh Gunarsih dkk (2021) didapatkan hasil kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan menurut Ernawati dkk (2021) harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya penelitian variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh Rosita & Inne Satyawisudarini menadapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil dalam penelitian yang dilakukan oleh Rega Ababil dkk (2019) bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup, harga, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian smartphone iPhone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur. Penelitian ini juga ingin membuktikan pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian, serta memberikan wawasan yang lebih baik tentang perilaku konsumen mereka. Perusahaan juga perlu menyadari bahwa sebagian konsumen bisa membuat keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, tanpa perencanaan, bahkan hanya untuk gaya-gayaan semata. Dengan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk meneliti "**Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Generasi Z di Kota Jakarta Timur**".

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, peneliti dapat mengenali beberapa masalah yang terkait dengan Variabel Gaya hidup, Harga dan Kualitas Produk yang mempengaruhi Keputusan Pembelian generasi Z di Kota Jakarta Timur, antara lain :

1. Para generasi Z di Kota jakarta timur ingin menggunakan Iphone didasari karna gaya hidup dan menjadi simbol kebanggaan tersendiri, serta para Gen Z percaya memakai iphone dapat meningkatkan reputasi mereka dan dapat diterima dikelompok-kelompok tertentu.
2. Dari segi harga, iphone bukan merupakan produk yang relatif murah tetapi para generasi Z berusaha untuk dapat memiliki produk iphone, faktor-faktor seperti gaya hidup dan kualitas produk juga menjadi pertimbangan mereka untuk melakukan keputusan pembelian.

3. Generasi Z sebagai pengguna iPhone tetap mempertahankan antusiasme dan sulit untuk beralih ke merek HP lain, karena mereka mengakui, dan menganggap iPhone memiliki kualitas produk yang lebih unggul dibandingkan dengan produk lain.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa pembatasan masalah yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Fokus penelitian hanya terbatas pada variabel bebas yang terdiri dari gaya hidup, harga, dan kualitas produk dan variabel terikatnya yaitu Keputusan pembelian.
2. Responden yang menjadi subjek penelitian terbatas, hanya pada generasi Z di Kota Jakarta Timur yang memiliki atau pernah menggunakan HP iPhone minimal satu kali.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone?
3. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur?
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Jakarta Timur?

3. Untuk mengetahui apakah secara parsial Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian iphone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur?
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian smartphome iphone di Kota Jakarta Timur?

1.6. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta diharapkan manfaatnya dapat dirasakan dalam konteks akademik.

2. Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

A. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi berharga bagi perusahaan dan menjadi pertimbangan penting dalam merancang strategi pemasaran, terutama dalam konteks produk smartphome, khususnya iPhone.

B. Bagi ilmu Manajemen Pemasaran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan informasi dan referensi mengenai pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphome iPhone.

C. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh gaya hidup, harga, dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian smartphome iPhone.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan