

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era *modern* saat ini teknologi berkembang sangat pesat, dari peralatan rumah sampai alat komunikasi. Hal ini membuat seseorang dengan mudah mengkomunikasikan atau melakukan aktivitas di rumah. Karena perkembangan teknologi sekarang lebih canggih dan tidak perlu menggunakan surat kabar ataupun bertemu langsung. Dengan perkembangan teknologi komunikasi seseorang lebih mudah untuk mengetahui hal yang baru ataupun berita tanpa menunggu media cetak. Seseorang lebih efektif dalam bekerja dengan menggunakan aplikasi pintar di *smartphone* tersebut karena banyak aplikasi yang digunakan oleh para pekerja di bagian pemerintah atau lainnya.

Jenis *smartphone* saat ini yang banyak digunakan oleh konsumen terdapat banyak fitur mulai dari android hingga IOS, di mana banyak produk *smartphone* yang memiliki sistem yang canggih dan tergolong banyak peminatnya, di antaranya oppo, vivo, Samsung, iPhone dan xiaomi, dan lainnya (Santika, 2023). Namun saat ini ada dua *smartphone* yang memiliki daya saing yang cukup ketat, baik dari segi spesifikasi maupun dari segi modelnya walaupun Samsung mempunyai *tipe* kamera yang jernih tapi sistemnya android sedangkan iPhone mempunyai sistem operasi IOS dan tidak kalah dengan kameranya yang jernih (Annida, 2023).

*Smartphone* yang menarik perhatian bagi generasi z saat ini adalah iPhone demi mengikuti gaya hidup. iPhone merupakan produk yang diproduksi oleh *Apple Inc* di mana *brand* ini dikenal mewah dan juga menggunakan sistem operasi IOS (Febrian, 2023).

Produk iPhone merupakan salah satu merek *smartphone* yang mewah dan juga memiliki desain yang mewah bagi konsumen. Konsumen juga rela mengeluarkan banyak uang agar mendapatkan produk iPhone yang mereka anggap mewah (Adiyatsih, 2023).

Pengguna iPhone saat ini sangat pesat, bukan hanya dari kalangan orang biasa yang berusia dewasa tapi dari kalangan remaja bahkan anak-anak sekalipun banyak yang menggunakan iPhone. Tidak hanya dari kalangan orang-orang biasa, namun pengguna iPhone banyak juga dari kalangan selebgram, selebtiktok, artis dan para youtuber, tak hanya dari kalangan tersebut dan sebagian kalangan generasi z juga beralih ke IOS yang awalnya pengguna Android (Febrian, 2023).

iPhone kini hadir dengan kualitas yang bagus dan identik dengan kamera yang jernih sehingga menjadi kebutuhan bagi kalangan konten kreator. Dengan menggunakan iPhone selain sebagai kebutuhan juga mengikuti tren gaya hidup dengan *brand* yang mewah agar mendapatkan perhatian dari orang-orang sekitar.

Generasi “Z” atau yang biasa dikatakan gen z hal ini generasi yang lahir pada tahun 1997-2012, generasi z yang digolongkan sebagai generasi yang mengenal perkembangan teknologi, sebab sering menggunakan

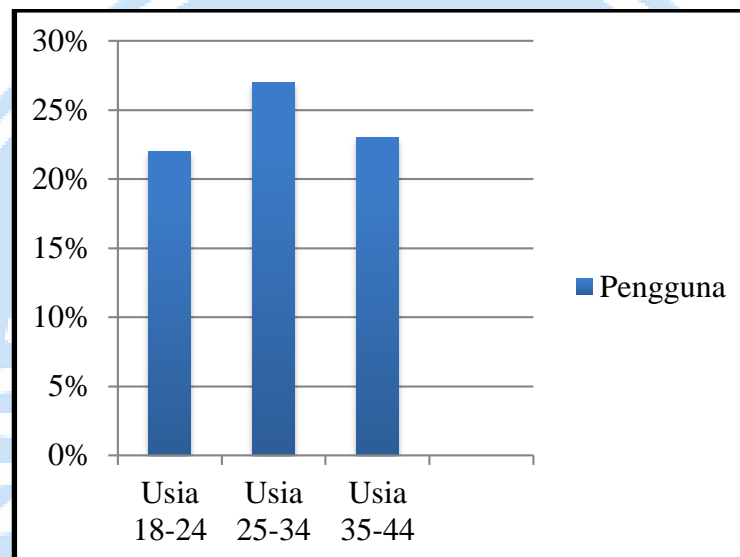
media sosial. Bagi generasi z internet sudah menjadi makanan sehari-hari bagi gen z, karena media sosial sudah dikenalkan pada mereka sejak kecil (Arum *et al.*, 2023).

Memiliki iPhone sudah menjadi tren yang baru saat ini dikalangan generasi Z, di mana pengguna iPhone lebih percaya diri daripada menggunakan Android, meskipun iPhone dikatakan harga yang lumayan tinggi dibandingkan dengan *smartphone* lainnya, namun pengguna iPhone tetap banyak dari kalangan generasi Z karena untuk memenuhi gaya hidup. Generasi Z merupakan hal yang lebih mementingkan kepentingan dirinya sendiri atau orang sekitarnya, karena dengan diperhatikan oleh orang sekitar generasi lebih mempunyai rasa percaya diri saat berhadapan dengan seseorang (Putra dan Elpanso, 2023).

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang dalam mengidentifikasi bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apabila yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang mereka pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga di sekitarnya (Faulina dan Susanti, 2023). Namun dengan perkembangan dari tahun ke tahun gaya hidup seseorang mengalami perubahan. Di area pedalaman yang awalnya tidak melihat terhadap barang mewah justru sekarang banyak kalangan area pedalaman yang mempunyai barang yang mewah sehingga bukan hanya di perkotaan saja yang bisa memenuhi gaya hidupnya.

Saat ini gaya hidup tidak asing lagi, sehingga seseorang kerap mengikuti perkembangan zaman dan tidak pernah meninggalkan hal yang

baru, sebab hal ini sudah menjadi kebiasaan di zaman sekarang. Sementara itu masyarakat saat ini bukan hanya dari kalangan kelas sosial yang tinggi yang memenuhi gaya hidupnya, kalangan orang biasa saja sudah beradaptasi dalam memenuhi gaya hidupnya meskipun dikatakan pendapatan mereka tidak tergolong terlalu tinggi tapi mereka justru tidak ingin meninggalkan hal-hal yang baru.



Sumber: kumparan.com (2023)

**Gambar 1.1**

### **Pengguna iPhone Berdasarkan Dari Usia**

Dalam gambar 1.1 bahwasanya pengguna iPhone dari kalangan remaja dapat dilihat dari hasil persentase di usia 18-24 terdapat 22% pengguna untuk di usia 25-34 terdapat 27% pengguna sedangkan untuk di usia 35-44 sebanyak 23% pengguna.

Pembelian iPhone oleh remaja lebih untuk memenuhi gaya hidup seseorang dan juga faktor pendapatan dapat mempengaruhi seseorang untuk mengubah gaya hidupnya, karena pendapatan merupakan suatu

penghasilan yang didapat oleh seseorang untuk diterima dari hasil kerjanya, dengan pendapatan yang semakin tinggi maka seseorang lebih memilih menggunakan iPhone dikarenakan sudah terkenal *brand* mewah dan juga mempunyai program sistem IOS tidak hanya itu iPhone juga mempunyai kejernihan dalam kamera.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rohmawati, 2018) ditemukan bahwasanya *lifestyle* berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut Madiun sedangkan *lifestyle* dimoderasi harga berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut Madiun. Zahroh (2023) menyatakan bahwasanya gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone. Demikian pula (Ulyah, 2019) menyatakan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen warkop Radja di Kabupaten Gowa, sedangkan gaya hidup dimoderasi oleh pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen warkop Radja di Kabupaten Gowa.

Berdasarkan di atas ada 2 penelitian terdahulu yang menggunakan variabel moderasi dalam penelitian (Rohmawati, 2018) persepsi harga sebagai variabel moderasi sedangkan penelitian (Ulyah, 2019) pendapatan sebagai variabel moderasi, maka kebaruan dalam penelitian ini dengan menyatukan 2 variabel moderasi dijadikan satu kesatuan. Sehingga menjadi kebaruan atau daya tarik dalam penelitian dan belum adanya

penelitian terdahulu melakukan studi penelitian yang menggunakan model seperti ini.

iPhone mempunyai daya tarik untuk konsumen apalagi jika seseorang mempunyai pendapatan yang layak maka akan lebih menuruti apa yang diinginkan, sehingga tidak salah jika orang yang kelas sosialnya tinggi maka lebih mengikuti apa yang diinginkan.

Berdasarkan salah satu responden harga iPhone berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang dalam membuat keputusan pembelian, di mana dalam memutuskan pembelian harus menunggu *series* baru keluar untuk bisa membeli iPhone. Dikarenakan ada penurunan harga, seperti *series* 11 dengan harga 9 juta turun ke harga 7 juta, tetapi dilihat juga dari segi peminatnya, jika peminatnya tergolong masih banyak maka *series* tersebut akan lama mengalami penurunan harga. Maka jika terjadi penurunan harga seseorang akan memenuhi keinginan gaya hidupnya untuk mengambil keputusan membeli iPhone (Putri, 2024).

Perusahaan *Apple* baru saja merilis *series* terbaru akibatnya akan mengalami penurunan terhadap *series* lama. iPhone *series* 14 mengalami penurunan, dari harga 25 juta sampai 33 juta sekarang harganya menjadi 20 juta sampai 29 juta (Dewi, 2023)

Fenomena umum yang terjadi saat ini di mana penggunaan *smartphone* yang canggih dan memenuhi semua kalangan termasuk generasi z, salah satunya produk iPhone sangat populer di kalangan generasi z karena iPhone merupakan simbol bahwasanya mereka dapat

merubah level sosial mereka dengan menggunakan merek *smartphone* yang mewah.

Sebelum mengambil keputusan untuk membeli iPhone di mana kadang seseorang memperhatikan harga, karena harga akan turun apabila ada produk baru, harga merupakan sejumlah uang yang dapat ditukarkan untuk membeli suatu barang ataupun menukarkan terhadap produk tersebut. Karena keputusan pembelian sendiri merupakan tahapan seseorang dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang.

Sementara itu harga menjadi salah satu bagi konsumen di mana seseorang ingin memiliki dan tidak ingin meninggalkan gaya hidup yang saat ini, tapi dengan pendapatan yang diperoleh tergolong sedikit, terkadang dia lebih memilih produk iPhone yang *second* di karena harga lumayan relatif lebih murah dari harga yang baru dengan ini seseorang bisa mengikuti gaya hidup sekarang.

Oleh sebab itu dalam pengambilan keputusan tentunya konsumen perlu mencari informasi lebih lanjut tentang harga dan spesifikasi dari *smartphone* tersebut agar dapat membuat keputusan dalam pembelian produknya, karena langkah awal sebelum membuat keputusan pembelian konsumen perlu adanya mengumpulkan informasi.

Perusahaan iPhone selalu mengupdate dan merilis dengan hal yang baru, sehingga konsumen tertarik dan penasaran dengan *series-series* terbarunya. Maka dengan pernyataan ini penulis akan melakukan penelitian menggunakan harga dan pendapatan sebagai variabel moderasi,

sebab untuk mengetahui apakah variabel moderasi pendapatan dan harga dapat memoderasi variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di terhadap generasi Z.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengangkat dengan judul “Peran Harga dan Pendapatan Dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Konsumen Generasi”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi z di Kabupaten Sumenep pada produk iPhone?
2. Apakah harga memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di Kabupaten Sumenep pada produk iPhone?
3. Apakah pendapatan memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di Kabupaten Sumenep pada produk iPhone?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Sumenep terhadap gen z.
2. Untuk mengetahui harga memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Sumenep terhadap gen z.



3. Untuk mengetahui pendapatan memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Kabupaten Sumenep terhadap gen z.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat teoritis maupun praktis sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana dan informasi dalam pengembangan teori ilmu mengenai gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan harga dan pendapatan sebagai variabel moderasi.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan dalam memberikan informasi kepada pihak konsumen mengenai gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan harga dan pendapatan sebagai variabel moderasi sehingga perusahaan lebih mengenal dan menggunakan bahan untuk dijadikan pertimbangan mengenai penelitian ini dengan menentukan kebijakan strategi dalam pemasaran yang tepat.

##### **1.4.3 Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai fenomena gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan harga dan pendapatan sebagai variabel moderasi.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini mencakup harga, pendapatan memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen generasi

z di Kabupaten Sumenep pada produk iPhone. Dan penelitian ini difokuskan pada generasi Z di Kabupaten Sumenep yang sudah membeli atau menggunakan produk iPhone.

