

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SMARTPHONE  
IPHONE DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS  
SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG**



Skripsi Oleh:  
**SEPTIARINI**  
**01011381720027**  
**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG  
2019**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone  
Dikalangan Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Sriwijaya Kampus Plaembang*

Disusun Oleh:

Nama : Septiarini  
Nim : 01011381720027  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Pemasaran

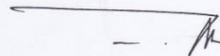
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua

27 Feb 2019



Drs. H. Ahmad Widad, M. Sc

NIP. 1955122819810210012

Tanggal persetujuan

Anggota

1 Maret 2019



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.

NIP: 195306241984031001

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN IPHONE DIKALANGAN MAHASISWA  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG**

Disusun Oleh:

Nama : Septiarini  
NIM : 01011381720027  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 31 Oktober 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, 31 Oktober 2019

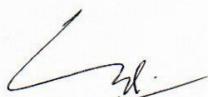
Ketua

Anggota

Anggota



Drs. H. A. Widad, M.Sc  
NIP. 1955122819810210012



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIK. 1671072407530003



Dessy Yunita, S.E M.M, M.B.A  
NIP. 198106302014092003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP: 197509011999032001

## **SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Septiarini  
NIM : 01011381720027  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SMARTPHONE IPHONE  
DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS  
PALEMBANG**

Pembimbing:

Ketua : Drs. H. A. Widad, M. Sc  
Anggota : Drs. H. Islahuddin Daud. M.M

Tanggal Ujian : 31 Oktober 2019

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 31 Oktober 2019  
Yang membuat pernyataan,

  
Septiarini  
01011381720027

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT karena atas segala karunia dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone iPhone di kalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang”**. Adapun tujuan dari penelitian serta penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam program Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone iPhone dikalangan Mahasiswa Univeristas Sriwijaya Kampus Palembang. Hasil Penelitian menyatakan bahwa secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan smartphone iPhone dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak serta dapat menjadi refrensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Skripsi ini memiliki keterbatasan penelitian, salah satunya variabel dan sampel yang digunakan terbatas serta periode penelitian yang digunakan relatif singkat. Penelitian selanjutnya perlu menyempurnakan dengan menambah variabel penelitian dan periode penelitian.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan, baik dalam aspek kualitas dan kualitas materi yang disampaikan. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat menyempurnakan penelitian ini untuk masa yang akan datang. Demikian skripsi ini dibuat penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 31 Oktober 2019

Penulis,

Septiarini

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa dan dorongan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa bersukur dan ucapan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Drs. H. A. Widad, M.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yth. Bapak. Drs. H. Islahuddin Daud. M.M M selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Yth. Ibu Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A selaku Dosen Penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk datang menguji dan memberikan saran dalam perbaikan skripsi. Semoga kesehatan dan keberkahan selalu diberikan ALLAH SWT.
4. Yth. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
5. Yth. Dr. Kemas M. Husni Thamrin, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan saran & nasihat kepada mahasiswa.
6. Yth. Bapak Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A selaku Pengelola Akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
8. Prof. Dr. Taufik. S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan dan seluruh staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis baik selama masa perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi.

10. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
11. Kepada kedua Orang tuaku terima kasih serta keluarga yang telah menjadi sumber semangatku, memberikan seluruh doa yang tak ada hentinya dan usaha yang terbaik demi keberhasilan anakmu ini.
12. Kepada Saudaraku, Marina Sephani, Oktareza Apandi terima kasih atas doa, semangat, perhatian, serta kasih sayang yang telah diberikan kepadaku.
13. Kepada Dela, Nisa, Deni, Atif dan Rifky yang selalu menyemangati dan bersedia meluangkan waktu untuk berbagi cerita.
14. Kepada Yulita Damayanti teman semasa kecilku yang siap menerima cerita ga jelasku dari awal hingga akhir.
15. Kepada Teman-Temanku Vivi, Rania, Cinda, Yaldi, Azizul, Arif, Rangga, Ilham, Beben, Deka yang menyemangati dan memberi saran.
16. Kepada Tim Bank Mandiri Area Palembang Arief (Mba Ajeng, Mba Yeyen, kak Sogi, Kak Akbar, Mba Regina, Mba kiki, kak cokro, mas arif, kak jefri, mas rio) yang selalu menyemangati dan memberi saran.
17. Teman-teman kelas Manajemen S1 Asal D3 angkatan 2017 dan teman-teman konsentrasi Manajemen Pemasaran 2017, yang telah memberikan informasi tentang perkuliahan dan skripsi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulis yang lebih baik di masa akan datang.

Palembang, 31 Oktober 2019  
Penulis,

Septiarini

## ABSTRAK

### **PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SMARTPHONE IPHONE DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup, harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan penggunaan. Baik secara simultan maupun secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang meliputi uji  $f$  uji  $t$  dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan smartphone iphone dikalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Palembang. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan penggunaan smartphone iphone dikalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh dominan dengan nilai koefisien sebesar 0,680.

***Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan***

Mengetahui,  
Pembimbing Skripsi I



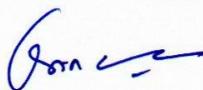
Drs. H.A. Widad, M.Sc  
NIP: 195512281981021002

Pembimbing Skripsi II



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIK: 1671072407530003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP: 197509011999032001

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PRICE AND QUALITY OF PRODUCT  
ON THE USE OF SMARTPHONE IPHONE AMONG STUDENTS OF THE  
SRIWIJAYA UNIVERSITY PALEMBANG CAMPUS**

This research aim to analyze how much the influence of lifestyle, price, and quality of product to usage decisions both simultaneously and partially. The population in this study were all students of Sriwijaya University, Palembang Campus. The research were collected to 100 respondents. The data were analyzed by f test, t test and analysis of multiple linear regression. the result shows that simultaneously and partially lifestyle, price, and quality of product has a significant effect to usage decision iPhone among Sriwijaya University Palembang campus students. The quality of product variable has the greatest influence to usage decision with 0,680 coefficient score.

**KeyWords : Lifestyle, price and quality of product to usage decisions.**

**We have agreed to be placed on the research paper**

*Acknowledge  
Advisor*



Drs. H.A. Widad, M.Sc  
NIP: 195512281981021002

*Vice Advisor*



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIK: 1671072407530003

*Acknowledge,  
Chie of Management Dapertement*



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP: 197509011999032001

## SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari Mahasiswa:

Nama : Septiarini  
NIM : 01011381720027  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Iphone Dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang

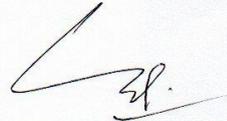
Telah kami periksa penulisan, *Grammar*, maupun susunan *tenses*nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,  
Ketua

Anggota

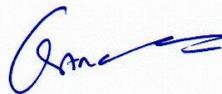


Drs. H.A. Widad, M.Sc  
NIP: 1955122819810210012



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIK: 1671072407530003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP: 197509011999032001

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK.....	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Gaya Hidup .....	12
2.1.1.1. Manfaat Karakteristik Gaya Hidup .....	14
2.1.2. Harga.....	15
2.1.2.1. Pengertian Harga .....	15
2.1.2.2. Tujuan Penetapan Harga .....	17
2.1.2.3. Faktor yang mempengaruhi Harga .....	18
2.1.2.4. Indikator Harga.....	19

2.1.3.	Kualitas Produk .....	20
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	20
.....	2.1.3.2. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	22
2.1.3.3.	Indikator Kualitas Produk .....	23
2.1.4	Perilaku Konsumen.....	25
2.1.5	Keputusan Pembelian .....	26
2.4.1.1	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	27
2.4.1.2	Tahap pengambilan keputusan .....	30
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	33
2.3.	Kerangka Konseptual .....	37
2.4.	Hipotesis .....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2.	Rancangan Penelitian .....	39
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1.	Jenis Data .....	39
3.3.2.	Sumber Data.....	40
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1.	Populasi.....	41
3.5.2.	Sampel.....	41
3.5.3.	Teknik Sampling .....	42
3.5.4.	Teknik Penentuan Sampel.....	43
3.6.	Uji Instrumen .....	43
3.6.1.	Uji Validitas .....	43
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	44
3.7.	Teknik Analisis .....	42
3.7.1.	Uji F (Simultan).....	44
3.7.2.	Uji T (Parsial).....	45
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46

3.8.1. Definisi Operasional Variabel .....	46
3.8.2. Pengukuran Variabel .....	47

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Uji Instrument .....	49
4.1.1. Uji Validitas.....	49
4.1.2. Uji Relibilitas .....	50
4.2. Identitas Responden.....	51
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	53
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Paket Internet .....	54
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Peroleh Sumber Informasi .....	55
4.3. Deskripsi Variabel .....	55
4.3.1. Variabel Gaya Hidup (X1) .....	55
4.3.2. Variabel Harga (X2).....	57
4.3.3. Variabel Kualitas Produk (X3) .....	58
4.3.4. Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	59
4.4. Teknik Analisis .....	60
4.4.1. Uji F .....	60
4.4.2. Uji T .....	61
4.4.3. Regresi Linier Berganda.....	63
4.5. Pembahasan.....	66
4.5.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan.....	66
4.5.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan .....	68
4.5.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan.....	69
4.5.4. Variabel Lain Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan .....	71

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....72

5.2 Saran .....72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengguna Smartphone diIndonesia berdasarkan Merek Smartphone Tahun 2016 .....	3
Tabel 1.2. Perbandingan Daftar Harga Smartphone diKota Palembang Tahun 2019.....	4
Tabel 1.3. Data Penjualan iPhone Secara Global Tahun 2007 .....	5
Tabel 1.4. Data Penjualan iPhone diErafon Megastore Palembang Square September 2018-Januari 2019 .....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1. Variabel, Definisi Operasional dan Indikator .....	46
Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert.....	48
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4.2. Hasil Uji Realibilitas.....	51
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Jurusan .....	53
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Pengeluaran Paket Internet .....	54
Tabel 4.7. Responden Berdasrkan Perolehan Sumber Informasi mengenai Smartphone iPhone .....	52
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Berdasarkan Gaya Hidup (X1).....	56
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga (X2) .....	57
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk (X3).....	58
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Penggunaan (Y) .....	59
Tabel 4.12. Hasil Uji F .....	61
Tabel 4.13. Hasil Uji T .....	62
Tabel 4.14. Variables Entered/Removed.....	64
Tabel 4.15. Model Summary .....	64
Tabel 4.16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.Kerangka Konseptual.....	37
-------------------------------------	----

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Penduduk di Indonesia mempunyai pola kebutuhan serta pembelian pada setiap rumah tangga yang berbeda-beda, karena setiap rumah tangga memiliki jenis pengeluaran yang bermacam-macam dari kebutuhan yang sifatnya primer, sekunder dan tersier. Jenis pengeluaran yang bermacam-macam itulah yang akhirnya membentuk suatu gaya hidup setiap rumah tangga menjadi berbeda-beda dan hal tersebut yang menjadikan alasan mengapa persentase dari pendapatan suatu rumah tangga untuk setiap jenis pengeluaran rumah tangga itu berbeda-beda, misalnya rumah tangga yang kebutuhan primer dan sekundernya telah terpenuhi secara optimal, maka akan beranjak ke kebutuhan selanjutnya yaitu kebutuhan tersier.

Kebutuhan tersier menurut Wikipedia (2015) adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Contoh: *handphone* atau *smartphone* Sekarang ini hampir semua lapisan masyarakat menggunakan *smartphone* dalam membantu aktifitas mereka, tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa dalam kehidupan kesehariannya membutuhkan *smartphone*, seperti menghubungi temannya, mencari informasi dan mengirim tugas kuliah. Hal ini dikarenakan *smartphone* lebih mudah dibawa (fleksibel).

Dewasa ini teknologi diseluruh dunia semakin berkembang pesat, terutama didunia komunikasi sehingga batas antar benua seakan tidak berarti lagi. Perkembangan inovasi dalam alat komunikasi banyak membantu manusia

mengerjakan sesuatu secara efektif dan efisien. Salah satu inovasi alat komunikasi yang terus berkembang adalah *handphone*. Handphone kini sudah berkembang tidak lagi berfungsi sebagai alat komunikasi dan mengirim pesan teks saja namun menjadi ponsel pintar dengan banyak fungsi atau yang dikenal dengan istilah *smartphone*. Menurut Firdiyantoro (2012) dalam Bintang Jalasena, et all (2014) *smartphone* dirancang untuk memudahkan kehidupan, baik untuk bekerja seperti sebagai alat percakapan, mengakses *e-mail*, memotret, mengakses internet, maupun untuk memberikan hiburan seperti mengakses jejaring sosial, mendesain sebuah gambar, dan bahkan untuk menonton televisi dan memainkan *game*.

Pada tahun 2014 pasar *smartphone* dikuasai oleh perangkat berbasis Android, iOS dan Windows Phone (Yulianto, 2015). Beberapa merek *smartphone* terus berlomba-lomba untuk menguasai pasar *smartphone* di Indonesia, di antaranya ada iPhone, Samsung, Huawei, Xiaomi, Oppo, Vivo, Smartfren, Advan, Lenovo, dan masih banyak lagi. Fenomena persaingan bisnis inilah yang memberikan pengaruh terhadap persaingan produk *smartphone*.

**Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Merek Smartphone Tahun 2018 (dalam persen)**

<b>Merek Smartphone</b>	<b>Jumlah Pengguna</b>
Samsung	25,42
iPhone	17,7
Xiaomi	14,78
Asus	12,24
Lenovo	6,31
Oppo	6,31
Sony	3,67
LG	1,88
Smartfren	1,69
Vivo	1,6
Advan	0,75
Huawei	0,75

Sumber : International Data Corporation (IDC)

Menurut tabel 1.1 Mengenai Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Merek *Smartphone* 2018 terlihat bahwa pengguna *smartphone* sangat beragam dan memiliki pangsa pasarnya tersendiri. Samsung memiliki 25,42% pengguna, kemudian diikuti oleh IPhone sebanyak 17,7% , selanjutnya Huawei, dan Advan menempati posisi terakhir dengan pengguna sebanyak 0,75%.

**Tabel 1.2 Perbandingan Daftar Harga *Smartphone* di Kota Palembang Tahun 2019**

<b>Merek</b>	<b>Tipe</b>	<b>Harga</b>
iPhone	7 Plus	Rp 11.000.000
Samsung	J6+	Rp 2.300.000
	A7 2018	Rp 3.900.000
Oppo	A3S	Rp 1.800.000
	F9	Rp 4.300.000
Vivo	Y91	Rp 1.800.000
	V11i	Rp 3.000.000
Xiaomi	Redmi 5 Plus	Rp 1.600.000
	Redmi Note 5 Pro	Rp 2.000.000
Asus	Max Pro M1	Rp 1.800.000

Sumber : Erafon Megastore Palembang Square

Tabel 1.2 di atas menunjukkan daftar harga *smartphone* yang banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa/i di Indonesia pada saat ini. Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa iPhone memiliki harga yang paling tinggi dibandingkan dengan merek *smartphone* lainnya. iPhone merupakan *smartphone* yang terus melakukan pengembangan produk agar terus update sesuai dengan perkembangan zaman. iPhone merupakan *smartphone* berbasis iOS yang memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya tetap digemari meskipun harganya relatif mahal dibandingkan *smartphone* merek lain.

Penjualan iPhone secara Global dari tahun 2007 sampai 2018 juga terus mengalami peningkatan. Meskipun pada tahun 2016 sempat mengalami

penurunan dikarenakan *Apple* mengeluarkan produk barunya yaitu iPhone 6s yang tidak memiliki perbedaan yang cukup signifikan dibandingkan dengan produk sebelumnya yaitu iPhone 6G. Meskipun demikian data dari tabel 1.1 tetap menunjukkan bahwa iPhone mempunyai *marketshare* yang besar dibandingkan pesaingnya.

**Tabel 1.3 Data Penjualan iPhone Secara Global Tahun 2007-2016**

Tahun	Unit ( Jutaan)
2007	1,4
2008	11,6
2009	20,7
2010	40
2011	72,3
2012	125,1
2013	150,3
2014	169,2
2015	231,2
2016	211,9
2017	215
2018	293

Sumber : Laporan Penjualan Apple Inc (2007-2016)

Peneliti mengambil contoh dari salah satu gerai penjualan iPhone di kota Palembang yakni Erafon Megastore Palembang Square yang mana didapatkan hasil penjualan iPhone bulan September 2018 – April 2019 dikota Palembang sebagai berikut

**Tabel 1.4 Data Penjualan iPhone Di Erafon Megastore Palembang Square September 2018 – Januari 2019**

Bulan	Unit
September	2
Oktober	10
November	24
Desember	24
Januari	26
Februari	27
Maret	29
April	30

Sumber : Erafon Megastore Palembang Square

Dari Tabel 1.4 mengenai Data Penjualan Iphone Di Kota Palembang Pada Tahun 2018, penulis menyimpulkan bahwa penjualan iPhone mengalami peningkatan dimana peningkatan ini penulis mengasumsikan bahwa terjadi pergeseran aktivitas yang mempengaruhi gaya hidup.

Pengambilan keputusan di perlukan dalam penggunaan sebuah produk. dalam mengambil keputusan gaya hidup sering dijadikan alasan mengapa individu memerlukan untuk menggunakan suatu produk, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh kotler dan amstrong (2009) bahwa gaya hidup merupakan pola seseorang yang dapat diekspresikan dalam 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. Sehingga dapat dikatakan bahwa gaya hidup seseorang dapat diekspresikan dalam sebuah aktivitas, minat, opini yang berkaitan erat dengan citra dirinya (Harnoto, 2017).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002, h.914), keputusan adalah sesuatu yang berkaitan dengan putusan, segala sesuatu yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut peter dan olson (2002, h.162) pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang melibatkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Kamus besar bahasa indonesia (2002, h.111), menggunakan adalah memakai, mengambil mafaatnya, atau melakukan sesuatu dengan. Sedangkan membeli (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002, h.32) adalah memperoleh sesuatu dengan menukar (membayar) dengan uang.

Menurut Nur, Presetyo dan Nailul (2013) bahwa remaja ingin diakui keberadaanya oleh lingkungan dengan berusaha untuk menjadi bagian dari lingkungan tersebut, adanya kebutuhan untuk dapat diterima dan tidak terlihat berbeda dari orang lain menyebabkan remaja memilih cara dengan mengikuti berbagai atribut yang sedang populer. Salah satu faktor pendorong

Gaya hidup juga sering dijadikan alasan mengapa mahasiswa memutuskan untuk menggunakan suatu produk, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2009) 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. Sehingga dapat dikatakan bahwa gaya hidup seseorang dapat diekspresikan dalam sebuah aktivitas, minat, opini yang berkaitan erat dengan citra dirinya (Harnoto, 2017).

iPhone dibuat dengan pertimbangan bahwa ponsel haruslah memiliki perangkat keras dan perangkat lunak yang dirancang harus saling bekerja sama dan menyempurnakan. Ponsel haruslah dirancang lebih dari kumpulan fitur, sederhana, indah, dan menakjubkan saat digunakan ([www.apple.com](http://www.apple.com)). Beberapa

smartphone ada yang memiliki fitur yang canggih dengan harga yang relatif lebih murah, tetapi konsumen tetap memilih smartphone dengan harga yang relatif lebih mahal seperti merek iPhone ini.

Dalam artian yang lebih luas menurut Kotler dan Armstrong (2012;430), Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan penggunaan smartphone iPhone.

Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan penggunaan, kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (Novandiri, 2010). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kendala, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya yang berharga pada produk secara keseluruhan. Agar dapat bersaing dipasar secara berhasil produk harus memiliki mutu superior dibandingkan produk-produk pesaing yang setingkat. iPhone merupakan smartphone yang terus meningkatkan kualitas produknya, hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan spesifikasi dari iPhone memiliki RAM 2 GB, Kapasitas baterai 1,1715 mAh, kamera utama 12 MP dan kamera depan 5 MP menjadi iPhone 12 MP, Pengambilan Gambar Optik kamera Facetime HD 7 MP, Flash True Tone Quend

–Led, Baterai 2x Lebih cepat dari pada iPhone 6s, 3D Touch, Audio lebih lants dan EarPods dengan karakter Lighting.

Kualitas iPhone juga dilihat dari desain yang menggunakan casing logam yang berkualitas, layar iPhone juga dibuat lebih tahan anti gores, yang memiliki layar anti gores yang berbeda-beda setiap kemasan iPhone. Terlihat juga dalam kemasan iPhone terlihat lebih elegan dan simple yang membuat para konsumen menjadi tertarik untuk menggunakannya dan dibuat dengan bahan berkualitas tinggi.

Pada saat membeli dan mengkonsumsi suatu produk, konsumen tentunya akan terlebih dahulu mempertimbangkan keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana serta di mana akan membeli dan apa yang konsumen akan lakukan dengan produk tersebut. Konsumen akan mengambil keputusan untuk menggunakan produk tersebut jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, dapat dirasakan manfaatnya, atau hanya untuk menunjang gaya hidupnya saja. Gaya hidup, harga dan kualitas produk merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternative terbaik dari beberapa opsi alternative lainnya yang secara sistematis digunakan dalam suatu pemecahan masalah, Siagan (1981). Pengambilan keputusan diambil berdasarkan pertimbangan-pertimbangan dalam menentukan suatu pilihan yang dirasa paling tepat dan tidak menyebabkan kekeliruan yang akan berpengaruh besar, Suryadi dan Ramdhanu (1998) yang dimana pada hakekatny manusia sudah terbiasa dalam menentukan sebuah keputusan.

Keputusan penggunaan dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi di antaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli Philip dan Kotler (2009:202). Usia remaja adalah usia yang masih dalam tahap menuju kedewasaan, di mana masih memiliki sifat yang cenderung berubah dan belum dapat mengambil keputusan dengan baik. Di usia ini pula biasanya para remaja lebih mementingkan ego mereka, termasuk juga dalam mengambil keputusan untuk menggunakan smartphone. Para remaja ini, yang umumnya merupakan mahasiswa, biasanya lebih mementingkan prestise dari barang yang mereka gunakan. Akan tetapi, di usia ini pula mayoritas mahasiswa ini belum memiliki penghasilan sendiri. Dengan memiliki smartphone yang memiliki prestise yang tinggi, seperti iPhone, mereka akan memiliki status sosial yang tinggi di kalangan mahasiswa itu sendiri. Sedangkan, produk iPhone itu sendiri belum tentu menunjang kebutuhan mereka dalam sehari-hari.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa universitas sriwijaya kampus Palembang, yang mana mayoritasnya berasal dari kalangan kelas menengah keatas. Pertemanan dapat mempengaruhi seseorang secara langsung atau tidak langsung dalam memilih suatu produk karena terdapat hubungan erat dan saling tergantung yang memberikan kita identitas yang meningkatkan rasa percaya diri sehingga dalam lingkungan tersebut dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *smartphone*.

Salah satu smartphone yang selalu menunjukkan perkembangannya dan menjadi smartphone yang paling banyak disukai dikalangan anak muda khususnya

mahasiswa adalah iPhone yang diproduksi Apple Inc. Penelitian melakukan Pra Survei secara acak kepada 101 mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Dari 101 mahasiswa 52 orang lebih memilih smartphone iPhone dibandingkan dengan merek lain. Hal ini menunjukkan iPhone cukup diminati dikalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian tertarik untuk meneliti terkait pengaruh Gaya Hidup, Harga, kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone iPhone (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Oleh karena itu penelitian mengambil judul proposal ini adalah '**Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone iPhone (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas di dalam proposal ini, yaitu :

1. Apakah Variabel Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *Smartphone* iPhone Dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang
2. Variabel Manakah Dari Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone Dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan, adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah variabel Gaya hidup, Harga, Kualitas Produk yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *smartphone* iPhone dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang
2. Untuk mengetahui variabel manakah dari Gaya hidup, Harga, Kualitas Produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan penggunaan *smartphone* iPhone dikalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi salah satu sarana untuk menambah wawasan maupun pengetahuan peneliti dalam bidang komunikasi pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya dalam bidang gaya hidup dan keputusan penggunaan.

#### **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai strategi periklanan yang tepat dan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen kedepannya sehingga perusahaan dapat memperoleh tujuan yang diinginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif wicaksono, Suharyono dan Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh International Brand Image dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 57 No.2.
- Assauri, Sofyan. 2008. Manajemen Produksi dan Operasi. Lembaga Penerbit fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi V, Jilid 2, Intermedia, Jakarta.
- Catur E. Rismiati dan Lg. Bondan Suratno. 2001. Pemasaran Barang dan Jasa. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Doni, Islahuddin dan welly. 2016. Pengaruh Cutra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone samsung (studi kasus mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralay). Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XIII No 2.
- Febri Anggara Putra. 2014. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone. Jurnal Mahasiswa FEB, Vol.3, No.1.
- Gloria Septia, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ponsel Seluler Samsung Di Wilayah Kota Palembang. Skripsi, Universitas Sriwijaya.
- Harnoto, Tri. 2017. Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup. MODUS Vol. 30 (2)
- Hariyono, P. 2015 . Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. eJournal Psikologi, 3 (2), 569-578.
- Husein, Umar. 2004. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Cetakan ke6, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mandey, Silvyal. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal. Vol. 6. No.1

- Milly, L. M. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 493-502.
- Molanda Deisy, Joyce Lopian dan Yunita Mandagie. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluruh Di It Center Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 6 No. 4.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Schiffman, L.G. Dan L.L.K. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Edited By A.B. K. Zoelkifli. Yogyakarta
- Siagian, S.P. 1981. *Sistem Informasi Untuk Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Suryadi, K., dan Ramdhani, M.A. 1998. *Sistem Pendukung Keputusan Suatu Wacana Struktur Idealisasi Dan Implementasi Konsep Pengambilan Keputusan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supranto, Johanes. 1998. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Rineka. Cipta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen. Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada. Media.
- Sekaran, Uma . 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Suharso, Puguh.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis endektan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.

- Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran”. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ujang Setiawan. 2015. Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Yazia, Vivil. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Economica: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2014.