

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi menjadikan smartphone sebagai perangkat yang tidak hanya berfungsi untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sarana akses informasi, hiburan, dan produktivitas. Menurut Noor & Nurlinda (2021) smartphone merupakan alat komunikasi yang mudah dan sangat membantu bagi proses komunikasi. Kepraktisan serta kemudahan penggunaan smartphone menyebabkan perangkat ini menjadi kebutuhan utama, terutama bagi generasi muda dan kalangan mahasiswa.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap teknologi komunikasi, persaingan dalam industri smartphone pun semakin ketat. Berbagai produsen berlomba-lomba menghadirkan inovasi, desain, serta fitur unggulan guna menarik minat konsumen. Salah satu merek yang mendominasi pasar global adalah iPhone, produk smartphone keluaran Apple, yang tidak hanya dikenal karena kecanggihan teknologinya, tetapi juga mampu menciptakan tren dan gaya hidup tersendiri. Menurut Pratiwi et al. (2022) munculnya produk smartphone iPhone telah berhasil meningkatkan konsumerisme di masyarakat dunia, khususnya di Indonesia. Berbagai produsen berlomba-lomba menghadirkan produk dengan inovasi dan fitur unggulan guna menarik minat konsumen.

Keberhasilan iPhone dalam menarik minat konsumen tidak terlepas dari kualitas produk yang ditawarkan. Sebagaimana dijelaskan Izzuddin & Muhsin (2020) kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan

tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Kualitas produk yang baik akan membentuk persepsi positif konsumen terhadap suatu merek, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat beli terhadap produk tersebut.

Selain itu, menurut Mariansyah & Syarif (2020) kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam konteks smartphone iPhone, kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi dasar, tetapi juga performa jangka panjang, stabilitas sistem operasi, serta konsistensi kualitas yang ditawarkan oleh Apple. Faktor-faktor tersebut turut memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk iPhone.

Di samping kualitas produk, pengalaman pengguna (*user experience*) turut menjadi faktor penentu dalam perilaku konsumsi smartphone. Menurut Septa Paramita et al. (2021) pengalaman pengguna merupakan respon yang dihasilkan pengguna dalam menggunakan produk yang mencakup tentang bagaimana perasaan pengguna dalam menggunakan produk, apakah pengguna memahami cara kerjanya, apakah produk dapat melayani tujuannya dan apakah pengguna merasa cocok dengan produknya. Pengalaman pengguna yang positif akan membentuk kesan mendalam dan memengaruhi sikap konsumen terhadap produk tersebut.

Pengalaman pengguna juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, salah satunya adalah interaksi sosial. Pengalaman pengguna salah satunya dipengaruhi oleh interaksi sosial (Ayu Megawaty et al., 2020). Rekomendasi dari teman, keluarga,

atau lingkungan sosial dapat membentuk persepsi pengguna terhadap suatu produk. Dalam lingkungan mahasiswa, interaksi sosial memiliki peran signifikan karena keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh tren, opini kelompok, dan pengalaman pengguna lain.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan elemen lain dari campuran yang menghasilkan biaya (Nurliyanti et al., 2022). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting bagi perusahaan dalam menjaga daya saing produk di pasar.

Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan (Grace Haque, 2020a). Dalam konteks iPhone, harga yang relatif tinggi sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, khususnya mahasiswa, sehingga persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk menjadi faktor yang krusial dalam proses pengambilan keputusan.

Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti & Muhammad Anasrulloh, 2020). Proses ini tidak berlangsung secara sederhana, melainkan melibatkan pertimbangan rasional dan emosional berdasarkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan (Grace Haque, 2020). Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat menjadi relevan dan penting untuk dilakukan.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

- 1) Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen pada smartphone iPhone.
- 2) Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa yang berdomisili di Rantauprapat dan menggunakan atau pernah membeli smartphone iPhone, sehingga hasil penelitian mencerminkan karakteristik dan perilaku konsumen pada kelompok tersebut.
- 3) Penelitian ini hanya mengkaji keputusan pembelian smartphone iPhone, tanpa membandingkannya dengan merek smartphone lain, sehingga fokus analisis tetap terpusat pada satu objek penelitian.
- 4) Data yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi pada data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta data

sekunder yang relevan dengan topik penelitian, dengan periode pengumpulan data sesuai waktu penelitian yang telah ditetapkan.

2. Rumusan Masalah

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

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.
- 2) Apakah pengalaman pengguna berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.
- 4) Apakah kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pengguna terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan mahasiswa ULB di Rantauprapat.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- 1) Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

- 2) Manfaat Praktis bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan, khususnya Apple atau distributor produk iPhone, dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

- 3) Manfaat bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi konsumen, khususnya mahasiswa, dalam mempertimbangkan kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harga sebelum mengambil keputusan pembelian smartphone iPhone.

- 4) Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa atau mengembangkan penelitian dengan variabel, objek, dan metode yang berbeda.