

BAB I

PENDAHULUAN

1 .1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Teknologi telah dikenal manusia sejak jutaan tahun yang lalu karena dorongan untuk hidup yang lebih nyaman, lebih makmur dan lebih sejaterah (Iskandar Alisyahbana,1980). Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor yang paling penting bagi masyarakat. Teknologi yang terus menerus mengalami perubahan, membuat pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Perkembangan teknologi meningkatkan gaya hidup masyarakat. Hal ini berdampak kepada dunia bisnis, dimana teknologi menjadi peluang terbesar untuk mendapatkan keuntungan.

Penerapan teknologi informasi sudah banyak diterapkan pada perusahaan yang dimiliki pemerintah maupun Swasta. Penerapan teknologi informasi ini menyebabkan perubahan dalam kegiatan berbisnis. Kegiatan bisnis akan lebih di dominasi oleh ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang akan membuat pekerjaan akan lebih cepat terlaksanakan. Persaingan antar perusahaan di era globalisasi yang semakin tajam membuat perusahaan harus mengantisipasi perkembangan ekonomi dengan melakukan strategi dengan tepat. Salah satu strategi yang dapat membuat kelancaran aktivitas perusahaan adalah dengan sumber daya manusia yang kompeten dan mampu mengembangkan diri lebih proaktif.

Sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat (Hasibuan, 2012:10)). Sumber daya manusia menjadi penunjang jalanya kegiatan perkantoran serta menjadi faktor penting dalam tersciptanya tujuan perusahaan. Sumber daya manusia merupakan modal besar dalam proses pembangunan perusahaan. Tenaga kerja yang berkualitas akan membuat pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Pada era saat ini perusahaan akan memprioritaskan tenaga kerja yang mampu untuk bekerja dengan terampil dan mampu memiliki wawasan luas

tentang perkembangan teknologi dan informasi. Kuantitas tenaga kerja juga menjadi pertimbangan perusahaan, hal tersebut membuat tingkat persaingan di dalam dunia kerja semakin tajam. Manusia harus merubah pola pikir dengan hal-hal yang lebih bermanfaat dan membuat sesuatu yang produktif. Sumber daya manusia yang berkompeten akan membantu perusahaan dalam kelancaran aktifitas perusahaan, salah satunya di dalam kegiatan bersbisnis. Didalam kegiatan berbisnis sumber daya harus tampil di dalam melakukan pendekatan terhadap calon konsumen. Tenaga kerja harus mampu berkontribusi dengan baik dan memiliki kemampuan intelektual dalam berhadapan langsung dengan konsumen.

Salah satu yang menjadi sasaran psikologi konsumen yang menjadi penunjang pembelian produk adalah perilaku konsumen. The American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis dari pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek hidupnya (Peter dan Olson, 2005). Perilaku konsumen berhubungan dengan alasan pemilihan dan pembelian barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder. Pentingnya memahami perilaku konsumen menjadi strategi yang dimiliki oleh industri bisnis guna meningkatkan kepercayaan atas produk yang di pasarkan salah satunya produk *smartphone* yang meulai Keinginan konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu. Salah satu faktor yang menjunjung perubahan keinginan konsumen adalah teknologi. Seperti alat musik Walkman yang di banggakan pada tahun 80'an telah ditinggalkan konsumen dan beralih ke *smartphone*. Hal ini membuat industri bisnis terus berinovasi untuk mempersiapkan produk dan jasa yang sesuai keinginan konsumen.

Persaingan global saat ini sedang berlomba-lomba menarik pelanggan dengan cara menyajikan produk yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Konsumen akan memilih produk yang terbaik dari banyak pilihan yang sangat kompetitif, konsumen tidak segan segan mengeluarkan biaya yang lebih besar supaya memenuhi kepuasannya. Saat ini bisnis dalam bidang

gadget smatphone sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat. *Smatphone* adalah sebuah Telephone genggam yang memiliki fitur atau kemampuan tingkat tinggi, sering kali dalam penggunaannya menyerupai komputer, sehingga banyak orang mengartikan *smartphone* sebagai komputer genggam yang memiliki fasilitas Telephone. Dalam peluang bisnis *smartphone*, produsen diuntut untuk kreatif membuat produk yang berkualitas dan memiliki daya tarik tersendiri.

Dalam merencanakan produk *smartphone*, perusahaan harus mempertimbangkan di dalam melakukan pengembangan suatu produk yaitu, wujud produk dan kecanggihan produk itu sendiri dibandingkan dengan produk perangkat keras yang di buat oleh perusahaan Apple salah satu adalah iPhone. Steve Jobs mengatakan bahwa tujuan Apple didirikan adalah untuk mendesain dan membangun lalu memberikan barang-barang bagus ke masyarakat. Apple merupakan salah satu perusahaan yang sudah dikenal masyarakat dengan kualitas produk *smartphone* yang telah di percaya sebagai produk yang diminati masyarakat baik dari segi kualitas produk, desain, fitur maupun harga. iPhone merupakan *smartphone* buatan Apple pertama kali, yang di luncurkan pada tahun 2007. Citra merek iPhone dikalangan global merupakan produk nomor 1, iPhone dirancang dengan sistem operasi yang berbeda dengan *smartphone* lain. Hanya produk dari Apple yang mengoperasionalkan operasi sistem Ios.

Selain itu juga desain iPhone yang elegan, ringan serta memiliki fitur yang lengkap merupakan suatu keunggulan yang di miliki oleh iPhone. Sejak peluncurnya pada tahun 2007 silam, Apple telah memperkenalkan 11 generasi baru dari iPhone, dan beberapa kali merubah desain secara drastis di tiap generasinya. Berbagai inovasi inilah yang akhirnya membuat iPhone jadi trendsetter di industri *smartphone* seperti iPhone Generasi pertama (2007), iPhone 3G (2008), iPhone 3GS (2009), iPhone 4 (2010), iPhone 4S (2011) iPhone 5 (2012), iPhone 5S dan 5C (2013), iPhone 6 dan 6 plus (2014), iPhone 6S dan 6S plus (2015), iPhone SE (2016), iPhone 7 dan 7 plus (2016), iPhone 8, iPhone 8 plus dan iPhone X (2017). Berbagai macam

kalangan masyarakat yang telah menggunakan smartphone iPhone dari mulai kalangan mahasiswa, karyawan, anak-anak, ibu rumah tangga dan lain-lain. Salah satu kalangan yang paling dominan dalam menggunakan smartphone iPhone adalah mahasiswa. *Smartphone* merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi kebutuhan mahasiswa akan layanan internet yang dibutuhkan untuk mempermudah tugas-tugas mahasiswa. Hal inilah yang mendorong mahasiswa untuk membutuhkan *smartphone* yang praktis dan mudah digunakan.

Pada penelitian ini, penulis melihat bahwa banyaknya mahasiswa yang menggunakan *smartphone* iPhone khususnya mahasiswa Jurusan Teknik Komputer Terapan DIII Politeknik Negeri Sriwijaya. Dari hasil survei awal diketahui dari 134 Mahasiswa Jurusan Teknik Komputer, 69 diantaranya menggunakan produk Iphone. Dalam melakukan pembelian tentunya Mahasiswa melakukan penilain. Berbagai macam hal dapat memicu timbulnya persepsi dalam memberikan suatu penilaian terhadap suatu produk. Persepsi tersebut dapat timbul apabila seseorang telah menggunakan *smartphone* iPhone. Setiap orang mempunyai persepsi sendiri-sendiri karena dipengaruhi oleh perbedaan kemampuan indranya dalam menangkap stimulus dan perbedaan kemampuan dalam menafsirkan atau memberikan arti pada stimulus. Dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengetahui Analisis minat mahasiswa terhadap pengguna *smartphone* iPhone. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul **“Analisis Minat Mahasiswa Terhadap Pengguna Smartphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa DIII Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk *Smartphone Iphone*?

2. Persepsi pada indikator manakah yang paling dominan (tertinggi) dan terendah?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat dalam Analisis Minat Mahasiswa terhadap pengguna *smartphone* iPhone dan agar pembahasan yang akan dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada persepsi mahasiswa terhadap kinerja produk, fitur produk, daya tahan, tampilan produk, serta kualitas produk.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh positif (persepsi) dari Smartphone jenis iPhone terhadap Mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh Brand image dari Smartphone jenis iPhone terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh indikator atribut produk dari handphone atau Smartphone jenis iPhone Terhadap persepsi Mahasiswa

1.4.2 Manfaat

1. Sebagai bahan Informasi bagi konsumen Handphone atau Smartphone jenis iPhone Untuk lebih memahami sejauh mana peranan harga, brand image serta atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone atau Smartphone jenis iPhone.
2. Agar dapat membantu perusahaan dalam mengembalikan kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam Melakukan Penelitian Penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan permasalahan akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya pada mahasiswa pengguna *smartphone* iPhone yang berada di jurusan Teknik Komputer DIII Politeknik Negeri Sriwijaya

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer atau data yang di peroleh langsung dari individu yang menjadi subjek penelitian. Data dan informasi yang didapatkan berdasarakan hasil observasi, wawancara dan kuisisioner pada Mahasiswa Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh oleh pihak PT Apple Indonesia dalam bentuk publikasi di media atau wabsite perusahaan, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan visi misi perusahaan.

1.6 Metode pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Yusi dan Idris (2016:112), Pengumpulan data melalui teknik observasi (pengamatan) adalah cara yang di gunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data (informatif) yang merupakan tingkah laku non verbal dari responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian. Penelitian melakukan Observasi langsung kepada mahasiswa pengguna *smarphone* iPone Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2016:114), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Wawancara akan dilakukan langsung kepada

mahasiswa Pengguna *smartphone* iPhone Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya.

3. Kuisisioner

Menurut Yusi dan Idris (2016:120), kuisisioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Kuisisioner akan dibagikan kepada mahasiswa pengguna *smartphone* iPhone Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.7 Populasi dan sampel

1.7.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti (Sujarweni,2015:80).

Dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi adalah mahasiswa Jurusan Teknik Komputer DIII Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan *Smartphone Iphone*. Berdasarkan penyebaran kuisisioner tersebut diketahui bahwa dari seluruh mahasiswa terdapat 69 mahasiswa yang menggunakan *Smartphone Iphone*. Berikut data mahasiswa jurusan Teknik Komputer yang menggunakan Produk Iphone.

Semester	Kelas						Total
	CA	CB	CC	CD	CE	CF	
2	2	4	1	-	4	4	15
4	4	-	3	2	1	7	17
6	6	5	7	7	4	8	37
Total							69

1.7.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi data sebenarnya dalam suatu penelitian yang di ambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi dan Idris, 2016:64), dalam hal ini Sampel harus benar-benar diperhitungkan secara baik dan cermat agar informasi yang diperoleh dari sampel dapat mewakili populasi, baik yang bersifat homogen ataupun heterogen. Jumlah ukuran sampel pada penelitian ini diambil dari populasi jumlah Mahasiswa Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan *Smartphone Iphone* yaitu 69 Responden.

1.7.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi (Yusi & Idris, 2016:68). Dalam hal ini, Teknik sampling yang diambil pada penelitian ini menggunakan Sampling Jenuh. Menurut Sugiyono (2013:85), sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampling jenuh dimana semua populasi merupakan sampel yang akan diteliti.

1.8 Analisis Data

1.8.1 Analisis Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Kuantitatif digunakan untuk menghitung hasil dari kuisisioner dengan menggunakan rumus presentase. Menurut Ridwan dan Akdon (2013:8), rumus yang digunakan untuk menghitung presentase adalah:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100 \%$$

Keterangan

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian: Jumlah Responden X Bobot Skor

Skor Ideal : Skor Maksimal dari Jawaban (5)

Tabel 1.1
Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian

Skor/Angka	Interprestasi
0%-20%	Sangat Lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

(Sumber: Riduan, 2011:41)

1.8.2 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert, menurut Riduan (2011:38) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (TS)	1

(Sumber: Riduan, 2011:41)

