

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi khususnya media komunikasi yang ada di Indonesia saat ini semakin canggih dalam kehidupan masyarakat. Salah satu media telekomunikasi yang paling diminati adalah telepon seluler atau biasa disebut *smartphone*. *Smartphone* adalah pengembangan dari telepon seluler yang digunakan sebagai alat komunikasi yang dilengkapi dengan fitur organizer digital serta beberapa fitur aplikasi dan fasilitas lainnya sehingga disebut sebagai telfon cerdas (Chuzaimah, Mabruroh, & Dihan, 2010).

Gaya hidup komunikasi secara digital setiap masyarakat saat ini sudah menjadi orientasi pada masa kini. Sehingga menyebabkan banyak produsen *smartphone* dunia bersaing memasuki pasar Indonesia untuk menawarkan produknya yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah produsen Apple. Produk apple telah menjadi produk yang sangat istimewa dibandingkan dengan produk teknologi yang lainnya.

Indonesia merupakan suatu negara yang mempunyai jumlah pengguna *iphone* relatif banyak, hal tersebut di perkuat dengan dengan adanya data pada tahun 2015 yang menunjukkan bahwa pengguna *iphone* di Indonesia menempati peringkat kedua setelah *samsung* yaitu sebesar 7,16% yang terdiri dari Jawa Barat Sebesar 37%, DKI Jakarta 23%, Yogyakarta 3%, Jawa Timur 10% Sulawesi Selatan Sebesar 3%, Lampung Sumatra Utara, Kalimantan Selatan, Bali Sebesar 2%, Kalimantan Barat, Kalimat Timur, Nusa Tenggara Barat, Riau dan Sumatra Selatan sebesar 1 %, sedangkan di Jawa Tengah sebesar 7%. (Kesumo, Agus Mulyo, 2015)

Kelebihan dari produk apple sendiri yaitu memiliki desain yang unik, elegan, tipis, ringan dan bisa menggunakan banyak aplikasi yang menarik. Namun *iphone* juga memiliki kekurangan yaitu dimana aplikasi yang cukup terbatas dan prabayar, selain itu instalasi harus melalui dari Apple App Store, pengguna juga tidak diberi akses untuk menggonta-ganti tampilan *home*

screen secara radikal, atau para *developer* juga tidak mendapat akses untuk melakukan modifikasi fungsi iPhone itu sendiri hal ini dikarenakan Apple tidak ingin ada persaingan dan juga tidak ingin menampilkan aplikasi yang malahan akan menjadi lebih besar namanya daripada iPhone itu sendiri, sehingga beberapa aplikasi iPhone tidak dijumpai di handphone android, hal ini juga dikarenakan untuk menjaga sistem keamanan dari iPhone.

Apple juga memiliki berbagai macam jenis gadget komunikasi yang telah di produksi, mulai dari Macbook, iPod, iPad, iMac, Mac mini dan iPhone (Aprilia, 2016). iPhone adalah salah satu telepon cerdas yang dipasarkan dan dirancang oleh Apple. iPhone memiliki program operasi telepon seluler yang disebut iOS Apple pada tahun 2010, pada saat peluncuran iPad. iPhone pertama dirilis pada tanggal 29 Juni 2007. iPhone terbaru saat ini dirilis pada tanggal 16 September 2016 adalah iPhone 7 dan iPhone 7 plus yang merupakan generasi kesepuluh, yang diproduksi secara keseluruhan di sebuah papan ketik virtual dan di layar multisentuhnya. iPhone mempunyai konektivitas jaringan 2G, 3G dan 4G serta Wi-Fi. Adapun Versi iPhone yang telah diluncurkan hingga saat ini iPhone 3, 4, 4S, 5, 5S, 5SE, 6, 6 Plus, 6S, 6S Plus dan iPhone 7, 7 Plus. Adapun harga iPhone sesuai dengan versinya bergerak dari angka Rp. 3.000.000- Rp. 13.000.000 (Renanstore, 2017).

Smartphone iPhone merupakan handphone yang berada pada pengguna kelas atas yang digunakan untuk keperluan bisnis, namun pada umumnya sebagian pengguna iPhone datang dari kalangan remaja atau mahasiswa. Namun Pembelian iPhone pada mahasiswa tidak didasarkan pada kebutuhan yang bersifat penting dalam memilih *smartphone* melainkan hanya untuk memenuhi kepuasan semata yang dilakukan secara berlebihan atau konsumtif. Pembelian yang dilakukan atas pemenuhan kebutuhan semata dapat disebut sebagai perilaku konsumtif (Patricia & Handayani, 2014). Perilaku konsumtif mahasiswa saat ini bukan hanya untuk pemenuhan kebutuhan tetapi hanya mengikuti keinginan yang ada dan bersifat hanya mengikuti mode, menjaga gengsi, menaikkan prestise dan banyak alasan lain yang tidak didasarkan terhadap kebutuhan.

Studi pendahuluan yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan salah satu mahasiswa yang memiliki handphone iPhone 5S Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) berinisial H yang dilakukan pada hari Rabu tanggal 03 Mei pada pukul 15.30 WIB, mahasiswa tersebut mengatakan:

“ Saya beli iPhone karena ingin terlihat keren mba, selain itu cuma ingin tahu rasanya pakai iPhone itu bagaimana, ternyata setelah saya pakai iPhone biasa saja lama-lama jadi bosan” (H,2017).

Cara hidup yang konsumtif jelas terlihat terhadap perilaku membeli mahasiswa dalam membeli barang ataupun benda dengan cara yang berlebihan dan sesaat. Sehingga dapat diartikan, seseorang kurang dapat mementingkan kebutuhan (*need*) dan lebih mengutamakan keinginan (*want*) yang cenderung dikuasai oleh kesenangan material dan keinginan duniawi semata (Sumartono dalam Patricia & Handayani, 2014).

Lubis (Hariono, 2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang berdasarkan hasrat yang telah mencapai pada taraf sudah tidak rasional, tanpa berlandaskan pada pertimbangan yang rasional. Tindakan yang tidak rasional ini ditunjukkan dengan pembelian handphone iPhone tanpa mengetahui spesifikasi handphone yang akan di beli yang hanya di dasarkan pada *brand* yang ada.

Studi pendahuluan yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA yang berinisial D yang merupakan mahasiswi yang menggunakan handphone iPhone 5. Wawancara dilaksanakan pada hari Senin tanggal 05 Mei 2017, pukul 11:40 WIB, mahasiswi tersebut mengatakan:

“Sebenarnya alasan saya beli iPhone karna pengen brand nya aja sih, sebenarnya iPhone dan android lebih memadai android. aku juga punya handphone satu lagi untuk sms-an biasa aja sih, iPhone kan gak dual SIM. Selain itu gak ada spesifikasi keunggulan iPhone sih menurutku. Hanya karna ada apel di belakangnya aja” (D, 2017).

Kemudian wawancara selanjutnya dilakukan kepada mahasiswa berinisial A yang juga merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA yang memiliki

iPhone 5S pada hari Jumat, tanggal 19 Mei 2017 pukul 11.20 WIB, mahasiswi tersebut mengatakan:

“Jujur mbak saya beli iPhone karena buat gaya-gayaan saja agar terlihat hitz sama teman-teman, itupun saya beli iPhone Second dengan cara menyisihkan uang saku saya demi membeli iPhone padahal dengan harga second saya bisa beli hp Android baru yang fiturnya lebih bagus dari iPhone second” (A, 2017).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan terdapat indikasi terhadap perilaku membeli yang kurang sesuai kebutuhan melainkan mengikuti trend gaya hidup. Menurut Sumartono (Astuti, 2013) salah satu indikator perilaku konsumtif yaitu membeli produk untuk menjaga gengsi dan penampilan diri, sehingga konsumen mempunyai penampilan yang bertujuan untuk menarik perhatian. Suyasa & Fransisca (Triyaningsih, 2011) mengemukakan faktor yang mempengaruhi adanya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup dari budaya barat. Barang mahal serta bermerek berasal dari barat atau luar negeri ketika dibeli dan digunakan dianggap dapat menaikkan status sosial seseorang.

Sumartono, (2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif cenderung dibentuk oleh banyak faktor diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Triyaningsih (Patricia & Handayani, 2014) faktor internal merupakan faktor yang membentuk perilaku konsumtif meliputi gaya hidup, hal ini dikarenakan perilaku konsumtif dilakukan oleh banyak orang yang didasarkan pada keinginan mengikuti trend gaya hidup. Chaney (Praja & Damayantie, 2015) mengemukakan bahwa terdapat bentuk gaya hidup diantaranya adalah iklan gaya hidup, mandiri, jurnalisme serta public relations, industri, gaya hidup metropolitan dan gaya hidup hedonis.

Kasali (Indrawati, 2015) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis merupakan cara hidup yang kegiatannya bertujuan menemukan kesenangan hidup, meliputi individu sangat senang berada di pusat keramaian kota, lebih banyak bermain, menggunakan waktu di luar rumah serta selalu ingin menjadi pusat perhatian serta senang membeli barang branded bertujuan memenuhi hasratnya.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki peran dalam perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli handphone iPhone. Namun tidak semua mahasiswa mempunyai gaya hidup hedonis melainkan masih ada mahasiswa yang masih dapat memilih dalam membeli handphone sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Berdasarkan paparan serta latar belakang yang telah dijelaskan di atas, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dalam membeli iPhone pada mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif sudah pernah diteliti sebelumnya oleh Patricia & Handayani (2014) mengenai pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari Maskapai Penerbangan "X" menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan nilai korelasi $r_{xy} = 0,641$ dengan $p=0,000$ ($p<0,01$). Kemudian sejauh ini peneliti belum mendapatkan penelitian terbaru yang menghubungkan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan yang dilakukan pada penelitian sebelumnya sehingga peneliti menyimpulkan bahwa skripsi yang peneliti tulis berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut meliputi subjek dan lokasi penelitian.

Berdasarkan paparan latar belakang serta hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan diawal mengenai latar belakang yang ada, sehinga bisa dirumuskan secara singkat masalah penelitian ini adalah: Apakah ada Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkeinginan serta mempunyai harapan agar dapat memberi sumbangan dan memperbanyak riset dan kajian teori terhadap psikologi konsumen, industri dan sosial. Sehingga dapat dijadikan pedoman serta pertimbangan pada penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berkeinginan serta mempunyai harapan agar dapat memberikan masukan kepada mahasiswa serta para konsumen pengguna iPhone tentang gaya hidup hedonis sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.