

**“PEMANFAATAN iPHONE DALAM MENUNJANG GAYA HIDUP DI
KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI AMIKOM
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



Oleh :

Ela Isnaya Devi
19.96.1190

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

**“PEMANFAATAN iPHONE DALAM MENUNJANG GAYA HIDUP DI
KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI AMIKOM
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Ela Isnaya Devi
19.96.1190

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**“PEMANFAATAN iPHONE DALAM MENUNJANG GAYA HIDUP DI
KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI MIKOM
YOGYAKARTA”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ela Isnaya Devi

19.96.1190

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302445

PENGESAHAN

SKRIPSI

**“PEMANFAATAN iPHONE DALAM MENUNJANG GAYA HIDUP DI
KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI MIKOM
YOGYAKARTA”**

Ela Isnaya Devi

19.96.1190

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Mei 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A

NIK. 19030445

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302521

Rosvidah Jayanti Vijaya, SE, M.Hum

NIK. 190302486

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 4 April 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 17 Juni 2023



Ela Isnaya Devi
NIM. 19.96.1190

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu guna memenuhi syarat tugas akhir untuk menyelesaikan strata satu (S1) diprogram studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi digunakan untuk sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan dan melaksanakan penelitian Skripsi. Selama penyusunan penelitian ini tidak lupa banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

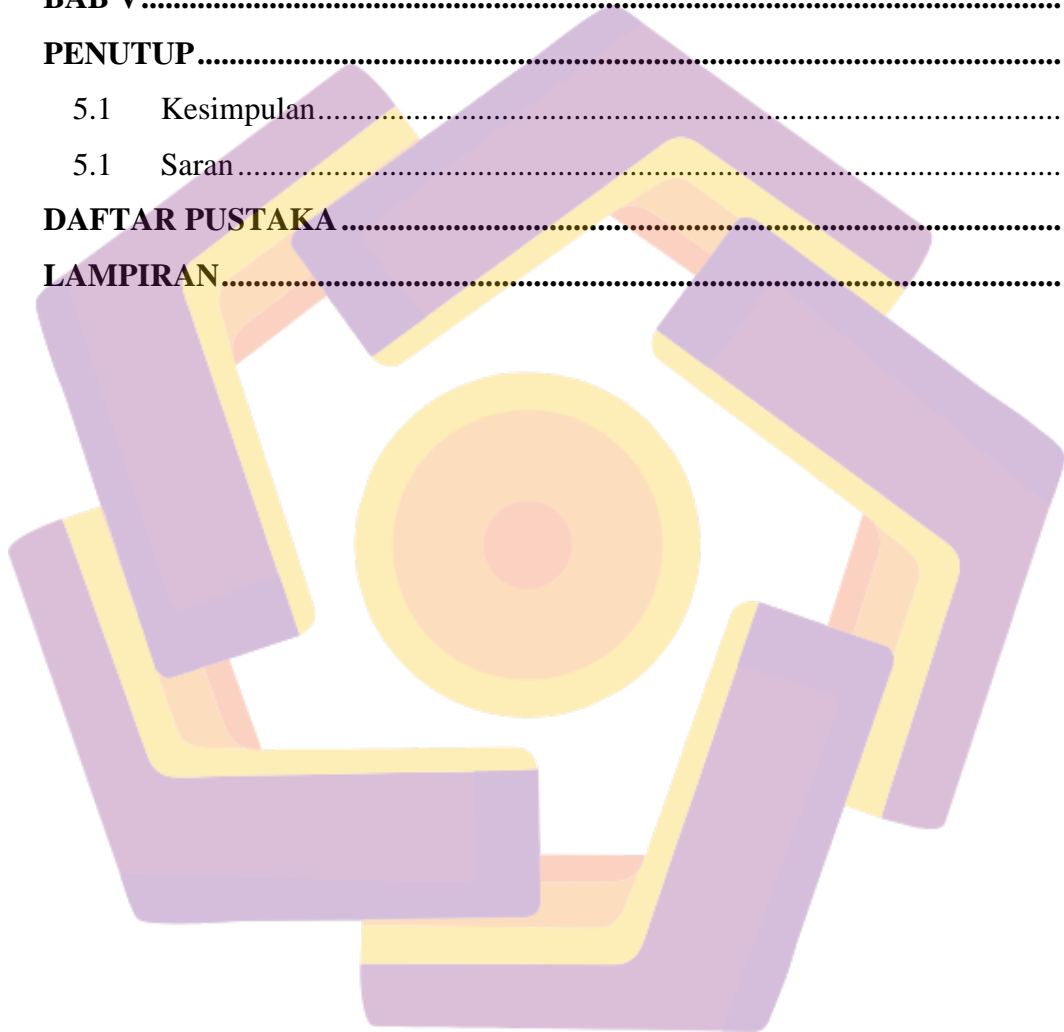
1. Prof. D. M.Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng (Kaprodil Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A. (Dosen Pembimbing Skripsi)
5. Kepada Ibu, Bapak, Suami, Anak dan Keluarga yang telah memberikan segala dukungan secara moral maupun material, serta doa dan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada Ali Sugito yang sudah memberikan banyak bantuan selama menyelesaikan skripsi.
7. Kepada Dian Praccessia E yang sudah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh teman dan sahabat, Dewi Khofifah, Sekar Ayu, Annisa Indah, Latifatul Faizah, Vinka, dan Mei Wulandari yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, dan semangat kepada penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Akademis dan Praktis.....	6
1.5 Batasan masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	9
KAJIAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Gaya Hidup.....	9
2.3 Keputusan Pembelian	16
2.4 Perilaku Konsumen mempengaruhi Gaya hidup dan Keputusan Pembelian 18	
2.5 Teori Tindakan Beralasan (<i>Theory Reasoned Of Action</i>).....	18
2.5. Penelitian Terdahulu.....	19
2.6 Kerangka Berpikir	21
BAB III	23

METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	23
3.1.1 Jenis Penelitian.....	23
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	23
3.2.1 Sampel Teknik	25
3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Wawancara.....	25
3.3.2 Kuesioner	25
3.3.3 Dokumentasi	26
3.3.4 Studi Kepustakaan.....	26
3.3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.3 Pengujian Keabsahan.....	26
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Pelaksanaan Penelitian	29
4.1.2 Alasan Pemilihan 6 Informan.....	32
4.1.3 Studi Analisis Informan	33
4.2 Pembahasan	33
4.2.1 Lama Penggunaan iPhone	33
4.2.2 Alasan Memilih iPhone Dibanding Merek Lainnya	34
4.2.3 Kualitas iPhone Menurut Informan.....	35
4.2.4 Percaya Diri Menggunakan iPhone.....	36
4.2.5 Lingkungan Sebagai Pendorong Menggunakan iPhone	36
4.2.6 Lingkungan Keluarga Yang Menggunakan iPhone	37
4.2.7 Menggunakan iPhone Sebagai Kebutuhan atau Gaya Hidup	37
4.2.8 Fitur iPhone Yang Dibutuhkan	38
4.2.9 Membeli iPhone Sebagai Bentuk <i>Self Reward</i>	39
4.2.10 Kepuasan Menggunakan iPhone	39
4.2.11 Pengalaman Menarik Menggunakan iPhone.....	40
4.3 Analisis Hasil Wawancara.....	41

4.3.1	Pelaku Konsumen	42
4.3.2	Sosial Normatif	42
4.3.3	Niat.....	42
4.3.4	Gaya Hidup	42
4.3.5	Keputusan Pembelian.....	44
BAB V	45
PENUTUP	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.1	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

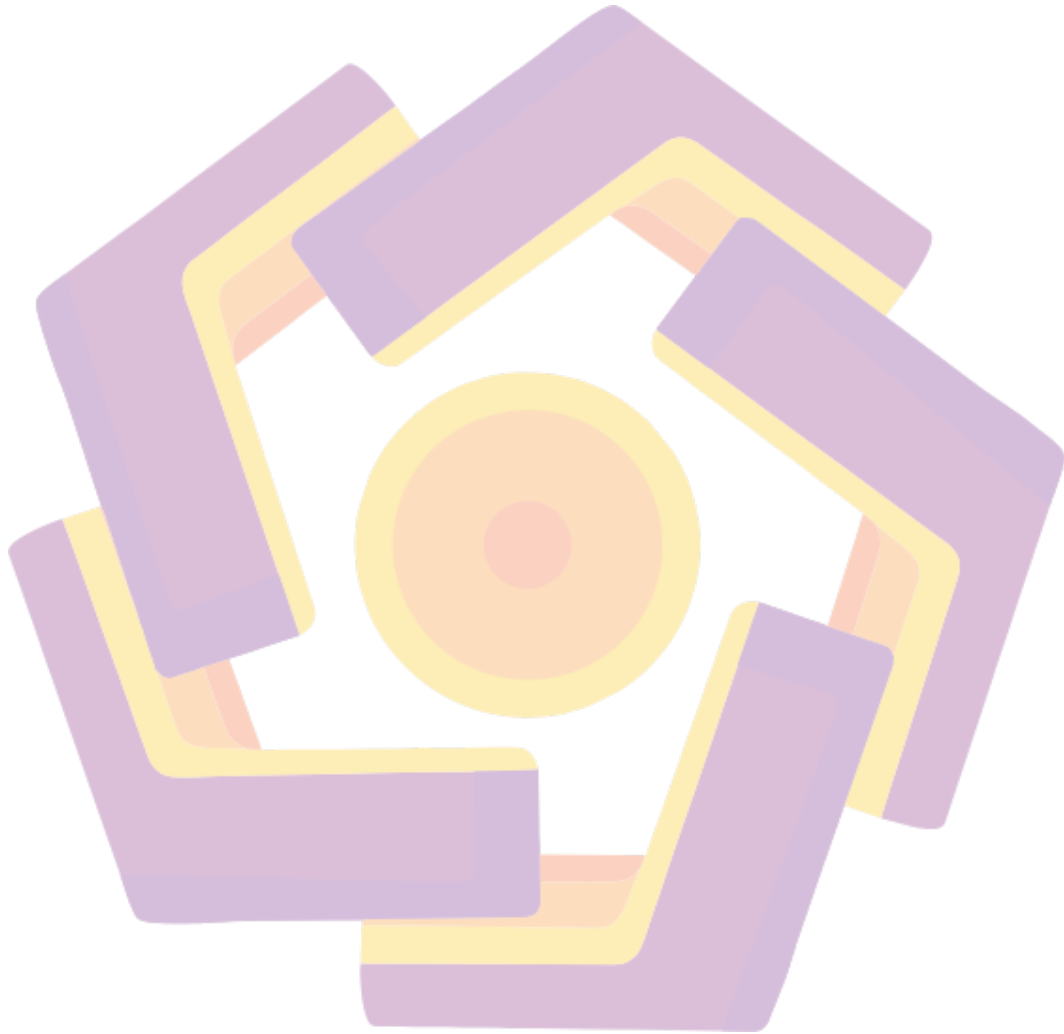


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4. 1 Lama Pengguna iPhone Berdasarkan Hasil Wawancara	33
Tabel 4. 2 Alasan Menggunakan iPhone Dibanding Merek Lainnya	34
Tabel 4. 3 Kualitas iPhone Menurut Informan Berdasarkan Hasil Wawancara ...	35
Tabel 4. 4 Percaya Diri Menggunakan iPhone Menurut Hasil Wawancara	36
Tabel 4. 5 Lingkungan Sebagai Pendorong Menggunakan iPhone	36
Tabel 4. 6 Lingkungan Keluarga Yang Menggunakan iPhone	37
Tabel 4. 7 Menggunakan iPhone Sebagai Kebutuhan atau Gaya Hidup	37
Tabel 4. 8 Fitur iPhone Yang Dibutuhkan	38
Tabel 4. 9 Membeli iPhone Sebagai Bentuk <i>Self Reward</i>	39
Tabel 4. 10 Kepuasan Menggunakan iPhone	40
Tabel 4. 11 Pengalaman Menarik Menggunakan iPhone.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Smartphone Aktif di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Smartphone Dengan Perfoma Terbaik	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21



INTISARI

iPhone adalah salah satu produk *smartphone* atau sering disebut juga telepon pintar yang dirancang dan dipasarkan oleh perusahaan Apple, iPhone juga menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS. iPhone generasi pertama diumumkan oleh CEO Apple Steve Jobs pada tanggal 9 Januari 2007. Sejak saat itu, Apple merilis model iPhone baru dan pembaruan iOS setiap tahun. Apple merupakan perusahaan yang berhasil membangun image mereknya, bagi penggunanya karena dapat menunjang gaya hidup bagi penggunanya. Hal ini dapat dilihat dari tingginya peminat dan pemasaran iPhone mulai dari versi lama maupun versi terbarunya pada kalangan masyarakat dengan harga yang lebih mahal dibanding merek lainnya namun juga dengan kualitas baik yang didapatkan oleh penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peminat iPhone dalam menunjang gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2019. Penelitian ini menggunakan teori penelitian Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*). Jenis penelitian kali ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta metode kualitatif deskriptif. Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik observasi dan wawancara terhadap keenam informan yang menggunakan iPhone dari versi dahulu maupun versi terbarunya. Berdasarkan dari hasil wawancara pada keseluruhan informan dapat disimpulkan bahwa dari 6 ada 2 informan ada yang setuju dan tidak terhadap pembelian iPhone sebagai penunjang gaya hidup. Karena banyak dari informan yang memang sangat puas dengan kualitas yang diberikan oleh iPhone, serta pengenalan melalui lingkungan pertemanan yang mengenalkan fitur-fitur pada iPhone sehingga mempengaruhi informan untuk menggunakan *smartphone* iPhone. Beberapa informan yang menggunakan iPhone memiliki rasa percaya diri karena merek iPhone yang sudah baik pada kalangan masyarakat serta mengikuti *trend* yang ada sehingga nyaman dengan fitur yang diberikan iPhone lalu memutuskan untuk setia menggunakan iPhone. Pengguna iPhone dari versi lama karena setia mengikuti perkembangan melakukan upgrade untuk menggunakan versi terbaru iPhone. Bukan hanya untuk mengikuti gaya hidup namun juga karena kepuasan pengguna terhadap produk iPhone.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Gaya Hidup, iPhone

ABSTRACT

The iPhone is a smartphone product or often called a smartphone designed and marketed by the Apple company, the iPhone also uses the iOS mobile phone operating system. The first generation of iPhone was announced by Apple CEO Steve Jobs on January 9, 2007. Since then, Apple has released new iPhone models and iOS updates every year. Apple is a company that has succeeded in building its brand image and image for its users because it can support the lifestyle of its users. This can be seen from the high interest and marketing of the iPhone, starting from the old version and the newest version among the public at a higher price than other brands but also with the good quality that users get. This study aims to determine the use of the iPhone in supporting the lifestyle of students of communication science at the Faculty of Economics and Social Affairs, Amikom Yogyakarta University Class of 2019. This study uses the theory of reasoned action research. This type of research uses the constructivism paradigm using a qualitative approach and descriptive qualitative method. Techniques for collecting data in this study used observation and interview techniques with the six informants who used the iPhone from the previous version and the latest version. Based on the results of interviews with all informants, it can be concluded that out of 6 there were 2 informants who agreed and disagreed with buying an iPhone as a lifestyle support. Because many of the informants were very satisfied with the quality provided by the iPhone, as well as being introduced through a friendly environment that introduced features on the iPhone, which influenced the informants to use iPhone smartphones. Several informants who use iPhones feel confident because the brand image of the iPhone is already good among the public and follow existing trends so that they are comfortable with the features provided by the iPhone and then decide to stick with using the iPhone. iPhone users from older versions, because they faithfully follow developments, upgrade to use the latest version of iPhone. Not only to follow the lifestyle but also because of user satisfaction with iPhone products.

Keywords: Purchase Decision, Lifestyle, iPhone