



Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Kalangan Mahasiswa

Namira Rahmi Rizqia

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Nurhasanah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl.Raya Serang-Jakarta KM.3 No.1B, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: namirarahmiiii@gmail.com

Abstract. *Communication is a social process in human life, one thing that is very basic and very necessary in human life. As time goes by, communication technology has become a basic need for various groups, initially telephones were only used to make calls and send messages, now they have developed into smart phones or smartphones which have many features so that smartphones have become an important need and a special priority among today's students. In this research study, many researchers have carried out consumer behavior, purchasing interest and purchasing decisions. Some related results from previous research are as follows: the first research was conducted by SH Amalia and SH Syahril (2017) with the title "Analysis of consumer behavior towards the iPhone purchasing decision process". This research aims to understand iPhone product management in depth about consumer behavior that will be the target, including the consumer decision making process. The method used in this research is quantitative or statistical. Quantitative research methods are methods used for research on certain populations or samples and are based on the philosophy of empiricism. Thus, this approach will allow analysts to find out the extent of consumer behavior towards iPhone users among Bina Bangsa University students in the city of Serang. It can be concluded that communication is a social process in human life, one thing that is very basic and very necessary in human life. As time goes by, communication technology has become a basic need for various groups of students. Initially telephones were only used to make calls and send messages, now they have developed into smart phones or smartphones which have many features so that smartphones have become an important need and a special priority among students today. This research was conducted to determine consumer behavior in iPhone purchasing decisions among students. Based on the introduction, theoretical studies and data processing as well as discussions that have been carried out in the previous chapter, the following conclusions can be drawn: consumer behavior variables have a significant influence on purchasing decisions.*

Keywords : *consumer behavior, buying decision*

Abstrak. *Komunikasi merupakan proses sosial dalam kehidupan manusia, satu hal yang sangat mendasar dan sangat di perlukan dalam kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu teknologi komunikasi dijadikan kebutuhan pokok oleh berbagai kalangan, awalnya telfon hanya digunakan untuk menelfon dan mengirim pesan sekarang berkembang menjdi telfon pintar atau smartphone yang memiliki banyak fitur sehingga smartphone*

Received: August 29, 2023; Accepted: November 22, 2023; Published: February 28, 2024

*Corresponding author, e-mail address

menjadi sebuah kebutuhan penting dan menjadi prioritas khususnya dikalangan mahasiswa saat ini. Pada Kajian penelitian ini mengenai perilaku konsumen, minat beli dan Keputusan pembelian yang telah banyak dilakukan oleh peneliti. Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang terkait adalah sebagai berikut: penelitian pertama yang dilakukan oleh SH amalia dan SH syahril (2017) dengan judul “Analisis Perilaku konsumen terhadap proses keputusan pembelian iphone”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produk iphone secara mendalam perilaku konsumen yang akan menjadi sasarannya, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan konsumen. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif atau statistik. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu dan berlandaskan pada filsafat empirisme. Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen terhadap pengguna iphone di kalangan mahasiswa Universitas Bina Bangsa di kota serang. Dapat disimpulkan bahwa Komunikasi merupakan proses sosial dalam kehidupan manusia, satu hal yang sangat mendasar dan sangat di perlukan dalam kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu teknologi komunikasi dijadikan kebutuhan pokok oleh berbagai kalangan mahasiswa, awalnya telfon hanya digunakan untuk menelfon dan mengirim pesan sekarang berkembang menjadi telfon pintar atau smartphone yang memiliki banyak fitur sehingga smartphone menjadi sebuah kebutuhan penting dan menjadi prioritas khususnya dikalangan mahasiswa saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa. Berdasarkan pendahuluan, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : pada variabel perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : perilaku konsumen, Keputusan pembelian

LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan proses sosial dalam kehidupan manusia, satu hal yang sangat mendasar dan sangat di perlukan dalam kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu teknologi komunikasi dijadikan kebutuhan pokok oleh berbagai kalangan, awalnya telfon hanya digunakan untuk menelfon dan mengirim pesan sekarang berkembang menjadi telfon pintar atau smartphone yang memiliki banyak fitur sehingga smartphone menjadi sebuah kebutuhan penting dan menjadi prioritas khususnya dikalangan mahasiswa saat ini.

Smartphone adalah salah satu produk yang memenuhi kebutuhan berkomunikasi tersebut. Menurut Kotler (2005:201) ada beberapa factor yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, yaitu : Faktor kelas sosial, Faktor keluarga, Faktor gaya hidup dan Kelompok acuan .

Pertumbuhan di Indonesia telah mengubah gaya hidup Masyarakat sehingga meningkatkan persaingan penjualan smartphone, telah terbukti dengan konsumen pasar yang terus berubah. Persaingan antar system oprasional pada smartphone selalu menarik untuk di amati terdapat beberapa merek smartphone yang beredar di Indonesia yaitu

Iphone,Samsung,Xiomi,Vivo dan Oppo. Salah satu merek smartphone yang telah lama berkiprah di Indonesia adalah Iphone.

Iphone memiliki kecanggihan lebih baik dari ponsel sejenis dipasaran sehingga walaupun harga iphone terbilang lebih mahal dari merek-merek lain,keunggulan dari produk iphone yang lain adalah iphone selalu berinovasi untuk fitur-fitur yang ada di perangkatnya,sehingga walaupun harga iphone mahal tapi Ketika iphone mengumumkan rilis smartphone terbaru para penggemarnya akan rela antri untuk mendapatkan seri iphone terbaru, iphone juga memiliki system keamanan yang terbilang paling terbaru karena jika pelanggan mau menjual Kembali iphonenya mereka harus menyertakan akun i-cloud nya juga, karena jika penjual tidak menyertakan akun i-cloud Ketika dijual Kembali maka perangkat tersebut akan terkunci dan tidak bisa digunakan,sehingga akan sia-sia jika ada orang yang mau mengambil iphone, kemuadia jika perangkat iphone pelanggan tercecer,website apple menyediakan layanan untuk pelacakan lokasi iphone pelanggan dengan menggunakan imei perangkat tersebut, sehingga cukup memasukan akun i-cloud,imei hp di website tersebut maka akan terlihat lokasi update dari iphone tersebut

KAJIAN TEORITIS

Pada Kajian penelitian ini mengenai perilaku konsumen,minat beli dan Keputusan pembelian yang telah banyak dilakukan oleh peneliti. Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang terkait adalah sebagai berikut: penelitian pertama yang dilakukan oleh SH amalia dan SH syahril (2017) dengan judul “Analisis Perilaku konsumen terhadap proses keputusan pembelian iphone”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produk iphone secara mendalam perilaku konsumen yang akan menjadi sasarannya, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan konsumen. Penelitian kedua yang dilakukan oleh Edwin kurnia putra sugianto (2019) dengan judul “Kajian perilaku konsumen pengguna smartphone pada kalangan masasiwa stiesia Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk menegetahui Perilaku konsumen dalam proses Keputusan pembelian Iphone dipengaruhi factor internal yang meliputi : gaya hidup,pengalaman masalah, rasa suka Sedangkan factor internal yang tidak mempengaruhi meliputi: usia,Pendidikan, sifat atau kepribadian, factor eksternal yaitu :budaya,teman,kualitas produk,dan desain produk, factor eksternal yang tidak mempengaruhi adalah keluarga.Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Sanjayanti Uto Daeng sarabang dan nurhidayah (2019) dengan judul “Perilaku Konsumen Produk smartphone (Studi Kasus pada mahasiws manajemen univesrsitas Muhammadiyah luwuk)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bahwa variable kelas sosial,keluarga,gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh positif dan signitifikan terhadap Keputusan mahasiswa dalam menggunakan smartphone Iphone

METODE PENELITIAN

METODE RISET PASAR

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif atau statistik. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu dan berlandaskan pada filsafat empirisme.

Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen terhadap pengguna iphone di kalangan mahasiswa Universitas Bina Bangsa di kota serang.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Manajemen universitas bina bangsa, Universitas Serang Raya, Universitas Banten Jaya, Universitas Primagraha yang menggunakan hp iphone.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan sampel penelitian pada mahasiswa universitas bina bangsa, unsera, unbaja, upg di kota serang yang menggunakan hp iphone. Peneliti menggunakan strategi sampel acak untuk mengidentifikasi teknik pengambilan sampel, yaitu dengan menyebarkan link kuesioner ke mahasiswa universitas bina bangsa yang menggunakan hp iphone.

Teknik analisis data

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini adalah menggunakan analisis Statistik. Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini menggunakan bantuan excel. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif responden dan teknik analisis regresi linear berganda.

Istrumen Penelitian

Pada Penelitian penulis menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dalam bentuk angket dengan menggunakan metode Likert Summated Rating (LSR), Dimana setiap poin pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagai berikut:

- Sangat tidak setuju = bobot 1
- Tidak setuju = bobot 2
- Netral = bobot 3
- Setuju = bobot 4
- Sangat setuju = bobot 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh adalah penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada konsumen produk Iphone. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 170 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden	Responden %
Jenis Kelamin	Laki-laki	50	29,4%
	Perempuan	120	70,6%

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 1 diatas tentang kareteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki laki berjumlah 50 orang atau 29,4% dan responden Perempuan berjumlah 120 orang atau 70,6% Hal ini memnjukan bahwa responden jenis kelamin Perempuan cenderung lebih banyak yang pengguna iphone

Berdasarkan Usia

Tabel 2

Kategori	Jumlah	Persentase
17-18	13	7,6%
19-20	74	43,5%
21-22	67	39,4%
23-24	13	7,6%
25-26	2	1,2%
29	1	

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 2 diatas tentang kareteristik Usia pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden dengan usia 17-18 tahun berjumlah 13 orang atau 7,6% ,dengan usia 19-20 tahun berjumlah 74 Orang atau 43,5%, dengan usia 21-22 tahun berjumlah 67 orang atau 39,4%, dengan usia 23-24 tahun berjumlah 13 orang atau 7,6% , dengan usia 25-26 tahun berjumlah 2 orang atau 1,2%, dan dengan usia 29 tahun berjumlah 1 orang atau hal ini memnjukan

bahwa responden dengan usia 19-20 tahun cenderung lebih banyak pengguna iphone.

Berdasarkan Universitas

Tabel 3

Kampus	Jumlah	Persentase
Universitas Bina bangsa	137	80,6%
Universitas Serang Raya	22	13,1%
Universitas Banten Jaya	6	2,6%
Universitas Primagraha	5	2,5%

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 3 diatas tentang kareteristik universitas pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden di universitas bina bangsa berjumlah 137 orang atau 80,6% ,Di universitas serang raya berjumlah 22 orang atau 13,1%, di universitas banten

jaya berjumlah 6 atau 2,6%, di universitas primagraha berjumlah 5 orang atau 2,5% hal ini menunjukkan bahwa responden Universitas Bina bangsa lebih banyak.

Berdasarkan Iphone yang dimiliki

Tabel 4

Iphone yang dimiliki	Iphone 8	16	9,4%
	Iphone 10	30	17,6%
	Iphone 11	64	37,6%
	Iphone 12	14	8,2%
	Iphone 13	25	14,7%

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 4 diatas tentang kareteristik Iphone yang di miliki pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden dengan pengguna iphone 8 berjumlah 16 orang atau 9,4% ,dengan pengguna iphone 10 berjumlah 30 Orang atau 17,6% dengan pengguna iphone 11 berjumlah 64 orang atau 37,6% , dengan pengguna iphone 12 berjumlah 14 orang atau 8,2% , dengan pengguna iphone 13 berjumlah 25 orang atau 14,7% hal ini menunjukkan bahwa responden pengguna iphone cenderung lebih banyak.

Berdasarkan berapa lama menggunakan Iphone

Tabel 5

Berapa lama menggunakan produk Iphone	<1 Tahun	66	38,8%
	1-2 Tahun	61	35,9%
	2-3 Tahun	30	17,6%
	4 Tahun	4	2,4%
	>5 Tahun	9	5,3%

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 5 diatas tentang kareteristik berapa lama pengguna iphone yang di miliki pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden menggunakan iphone <1 Tahun lamanya berjumlah 66 orang atau 38,8% , menggunakan iphone 1-2 tahun lamanya berjumlah 61 orang atau 33,9%, menggunakan iphone 2-3 tahun lamanya berjumlah 30 orang atau 17,6%, menggunakan iphone 4 tahun berjumlah 4 orang atau 2,4%, menggunakan iphone >5 tahun lamanya berjumlah 9 orang atau 5,3% hal ini menunjukkan bahwa responden lama menggunakan produk iphone cenderung lebih banyak <1 Tahun.

Uji Validitas

- Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berdasarkan pertitungan validitas penulis menggunakan program SPSS versi 26 lalu diukur dengan cara membandingkan r hitung dan r table jika r hitung lebih besar dari r table maka pertanyaan dikatakan valid begitupula sebaliknya. adapun nilai r table pada taraf signifikan 5% (0,005) adalah sebesar 0,1506 berdasarkan hasil pengujian validitas maka rekapitulasi pengujian validitas dapat dilihat pada table berikut.

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	Pearson Correlation	1	.449**	.283**	.319**	.285**	.234**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002
	N	170	170	170	170	170	170
X2	Pearson Correlation	.449**	1	.040	.095	.332**	.035
	Sig. (2-tailed)	.000		.601	.217	.000	.648
	N	170	170	170	170	170	170
X3	Pearson Correlation	.283**	.040	1	.613**	.350**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000	.601		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170
X4	Pearson Correlation	.319**	.095	.613**	1	.486**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.217	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170
X5	Pearson Correlation	.285**	.332**	.350**	.486**	1	.378**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

N		170	170	170	170	170	170
X6	Pearson Correlation	.234**	.035	.519**	.644**	.378**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.648	.000	.000	.000	
N		170	170	170	170	170	170

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data di ketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner perilaku konsumen X di katakana valid

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusa n
Y1	Pearson Correlation	1	.517**	.184*	.247**	.286**	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.001	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170
Y2	Pearson Correlation	.517**	1	.143	.607**	.564**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.062	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170
Y3	Pearson Correlation	.184*	.143	1	.074	.203**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.016	.062		.336	.008	.000
	N	170	170	170	170	170	170

Y4	Pearson Correlation	.247**	.607**	.074	1	.596**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.336		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170
Y5	Pearson Correlation	.286**	.564**	.203**	.596**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170
Keputusan	Pearson Correlation	.631**	.805**	.512**	.725**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner Keputusan pembelian Y dikatakan valid

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	6

Tabel reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,745 dari 6 item variabel. Nilai reabilitas 0,745 adalah nilai moderat sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (reliable).

Uji Regresi

Berdasarkan table ini dapat dinyatakan bahwa semua indikator dinyatakan valid

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.539	.652		5.432	.000
	Perilaku	.705	.033	.857	21.557	.000

PEMBAHASAN

Komunikasi merupakan proses sosial dalam kehidupan manusia, satu hal yang sangat mendasar dan sangat di perlukan dalam kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu teknologi komunikasi dijadikan kebutuhan pokok oleh berbagai kalangan, awalnya telfon hanya digunakan untuk menelfon dan mengirim pesan sekarang berkembang menjadi telfon pintar atau smartphone yang memiliki banyak fitur sehingga smartphone menjadi sebuah kebutuhan penting dan menjadi prioritas khususnya dikalangan mahasiswa saat ini.

Smartphone adalah salah satu produk yang memenuhi kebutuhan berkomunikasi tersebut. Menurut Kotler (2005:201) ada beberapa factor yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, yaitu : Faktor kelas sosial, Faktor keluarga, Faktor gaya hidup dan Kelompok acuan .

Iphone adalah jajaran smartphone yang di produksi dan di pasarkan apple Inc. iphone menggunakan system oprasi IOS apple. Iphone pertama di rilis kepasar pada tahun 2007, Iphone terbaru hari ini adalah iphone 15 yang diluncurkan oleh apple pada 27 Oktober 2023 di acara bertajuk "Midnight Launch" Secara bersamaan di lima kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya dan Makasar

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berdasarkan pertitungan validitas penulis menggunakan program SPSS versi 26 lalu diukur dengan cara membandingkan r hitung dan r table jika r hitung lebih besar dari r table maka pertanyaan dikatakan valid begitupula sebaliknya. adapun nilai r table pada taraf signifikan 5% (0,005) adalah sebesar 0,1506. Pada uji validitas koesioner perilaku konsumen X dan Keputusan Y di nyatakan valid

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan reliabel. Reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang sudah dikembangkan oleh

Alpha Cronbach. Pada uji reliabilitas ini, α dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2005:129). Adapun kaidah untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, adalah sebagai berikut:

- a. Jika angka reliabilitas Cronbach Alpha melebihi angka 0,6 maka instrumen tersebut reliabel, kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan.
- b. Jika angka reliabilitas Cronbach Alpha kurang dari angka 0,6 maka instrumen tersebut tidak reliabel, kuesioner tidak dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan.

Pada reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,745 dari 6 item variabel. Nilai reabilitas 0,745 adalah nilai moderat sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (reliable).

Uji regresi yang didapat dari hasil analisis adalah Variabel perilaku berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa Komunikasi merupakan proses sosial dalam kehidupan manusia, satu hal yang sangat mendasar dan sangat di perlukan dalam kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu teknologi komunikasi dijadikan kebutuhan pokok oleh berbagai kalangan mahasiswa, awalnya telfon hanya digunakan untuk menelfon dan mengirim pesan sekarang berkembang menjadi telfon pintar atau smartphone yang memiliki banyak fitur sehingga smartphone menjadi sebuah kebutuhan penting dan menjadi prioritas khususnya dikalangan mahasiswa saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa. Berdasarkan pendahuluan, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : pada variabel perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys

of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315.
<https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.

Penempatan Gambar

Data Penjualan Global *Smartphone* tahun 2022

Gambar 1

Merek	Pengiriman (juta unit)	Pangsa Pasar
Samsung	260,9 juta	21,6%
Apple	226,4	18,8%
Xiaomi	153,1	12,7%
Oppo	103,3	8,6%
Vivo	99	8,2%

Gambar 1 menunjukkan bahwa Apple memasuki dua peringkat smartphone yang paling diminati oleh Masyarakat di Indonesia. mengindikasikan pembelian yang tinggi pada produk smartphone apple. Fénomena kecintaan terhadap produk apple, smartphone iphone Indonesia, menjadi fenomona yang menarik untuk diteliti karna iphne banyak diminati Masyarakat umum.

Penjualan smartphone Iphone

Gambar 2



Sumber : Google trends

Gambar 2, menunjukkan Dalam data tersebut Pada tanggal 7-8 Desember pukul 23.08 -1.00Mengalami penurunan minat produk Iphone , Pada tanggal 8Desember pukul 01.08 - 01.48 Mengalami kenaikan minat produk Iphone, Pada tanggal 8 Desember pukul 02.12 – 21.08 Mengalami penurunan minat produk. Jadi Peminat produk Iphone mengalami ketidakstabilan konsumen membeli produk iphone .

