

Menyoal Kepemilikan iPhone di Kalangan Mahasiswa Penerima KIP Kuliah Universitas Negeri Padang

Sonia Sonia¹, Delmira Syafrini^{2*}

^{1,2}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: delmirasyafrini@fis.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi maraknya penggunaan *handphone* bermerek iPhone pada kalangan mahasiswa penerima KIP Kuliah di Universitas Negeri Padang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor pendorong penggunaan iPhone di kalangan mahasiswa penerima KIP di Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pemilihan informan penelitian menggunakan teknik *Purposive* dengan jumlah sebanyak 29 orang terdiri dari berbagai jurusan yaitu fakultas ekonomi, fakultas ilmu sosial, fakultas pariwisata dan perhotelan, fakultas bahasa dan seni, fakultas ilmu keolahragaan, fmipa, fakultas ilmu pendidikan, fakultas teknik dan psikologi. Teknik pengumpulan data yaitu dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendorong kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa penerima KIP Universitas Negeri Padang yaitu, lingkungan pertemanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih iPhone, dengan banyaknya rekomendasi positif dari teman seangkatan mengenai fitur-fitur dan performa perangkat tersebut. Selain itu, gaya hidup yang aktif dan kebutuhan akan teknologi yang mendukung kegiatan akademik dan sosial juga menjadi faktor utama dalam pemilihan iPhone. Kebutuhan media sosial turut berperan dalam memperkuat persepsi bahwa iPhone cocok untuk aktivitas di platform ini, tercermin dari penggunaan yang luas oleh influencer dan teman-teman di media sosial. Selain itu, kebutuhan prestise akan kepemilikan iPhone juga dianggap sebagai simbol status yang memberikan kebanggaan tersendiri, meskipun sebagai penerima KIP.

Kata Kunci: Mahasiswa Penerima KIP; Pengguna iPhone; Teori Aksi.

Abstract

This research is motivated by the widespread use of iPhone branded mobile phones among KIP Kuliah students at Padang State University. The purpose of this study is to determine and explain the factors driving iPhone use among Bidikmisi students at Padang State University. This study uses a qualitative approach. The technique of selecting research informants uses a purposive technique with a total of 29 people consisting of various departments, namely the Faculty of Economics, Faculty of Social Sciences, Faculty of Tourism and Hospitality, Faculty of Languages and Arts, Faculty of Sports Science, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Faculty of Science and Education, Faculty of Engineering and Psychology. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation studies. Data analysis was carried out using the interactive model of Miles and Huberman. The results show that the driving factor for iPhone ownership among KIP recipient students at Padang State University is, the friendship environment plays an important role in influencing their decision to choose an iPhone, with many positive recommendations from classmates regarding the features and performance of the device. In addition, an active lifestyle and the need for technology that supports academic and social activities are also major factors in choosing an iPhone. The need for social media also contributes to the perception that iPhones are suitable for activities on these platforms, as reflected in their widespread use by influencers and friends on social media. Furthermore, the prestige of owning an iPhone is also seen as a status symbol that instills a sense of pride, even among KIP recipients.

Keywords: Action Theory; KIP Recipient Students; iPhone Users.

How to Cite: Sonia, S. & Syafrini, D. (2025). Menyoal Kepemilikan iPhone di Kalangan Mahasiswa Penerima KIP Kuliah Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 8(4), 415-425.



Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ditandai dengan menjamurnya produk elektronik yang memudahkan aktivitas manusia, termasuk mengakses informasi terkini (Husain, 2014). Perubahan zaman yang dinamis telah mendorong kemajuan pesat dalam berbagai aspek kehidupan dan berkontribusi terhadap perubahan sosial di masyarakat (Pebriana, 2017). Teknologi kini telah menjadi bagian penting dan tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena hampir seluruh aktivitas manusia sangat bergantung padanya (Izzati, 2015). Salah satu wujud nyata dari perkembangan teknologi ini adalah hadirnya telepon pintar (smartphone), yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana informasi, hiburan, dan gaya hidup (Sari & Gautama, 2021). Keberadaan telepon pintar bahkan telah mengubah cara individu berpikir, berinteraksi, dan membentuk identitas sosial mereka dalam kehidupan modern.

Salah satu wujud nyata perkembangan teknologi adalah hadirnya ponsel pintar, yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mendukung berbagai aktivitas manusia (Sari & Gautama, 2021). Perkembangan ini telah mengubah cara berpikir, gaya hidup, dan citra diri masyarakat dalam lingkungan sosial (Addha, 2017). iPhone merupakan salah satu produk ponsel pintar yang paling menonjol karena keunggulan inovatifnya dan nilai simbolis yang melekat pada penggunaannya. Dengan harganya yang relatif tinggi, iPhone sering dianggap sebagai simbol status sosial dan gaya hidup modern. Oleh karena itu, memiliki iPhone tidak hanya mencerminkan kebutuhan fungsional tetapi juga menunjukkan status sosial seseorang di masyarakat.

iPhone juga dikenal sebagai salah satu smartphone dengan harga cukup tinggi dibandingkan merek lain. Berdasarkan laporan Internasional Data Corporation (IDC, 2023), rata-rata harga jual iPhone secara global berada di atas USD 900, jauh lebih mahal dibandingkan harga rata-rata smartphone berbasis android yang berkisar USD 300-400. Kondisi ini membuat iPhone lebih banyak diminati oleh kelompok masyarakat kelas menengah ke atas, termasuk mahasiswa yang memiliki latar belakang ekonomi cukup mapan atau mereka yang mengikuti tren gaya hidup modern. Badriah (2017) juga menegaskan bahwa keputusan mahasiswa dalam membeli iPhone tidak hanya dipengaruhi kebutuhan fungsional, tetapi juga keinginan untuk terlihat lebih gaul serta merepresentasikan identitas diri melalui perangkat yang digunakan.

Program Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah merupakan bentuk intervensi pemerintah dalam menjamin akses pendidikan tinggi bagi mahasiswa yang berasal dari keluarga kurang mampu. Di Universitas Negeri Padang, tercatat sebanyak 5.883 mahasiswa menjadi penerima bantuan KIP pada kurun waktu 2019 hingga 2021 (Biro Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Negeri Padang). Di sisi lain, perkembangan teknologi dan tren gaya hidup modern telah mendorong peningkatan konsumsi barang-barang berteknologi tinggi, salah satunya adalah telepon pintar seperti iPhone. Penggunaan iPhone tidak hanya populer di kalangan masyarakat umum, tetapi juga marak di kalangan mahasiswa, termasuk di lingkungan Universitas Negeri Padang.

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Forms menunjukkan temuan yang cukup menarik. Dari total 45 responden mahasiswa pengguna iPhone, sebanyak 29 orang tercatat sebagai penerima bantuan KIP Kuliah. Temuan ini menunjukkan adanya fenomena yang perlu dikaji lebih lanjut, mengingat program KIP ditujukan bagi mahasiswa dengan keterbatasan ekonomi, sementara penggunaan produk premium seperti iPhone dapat mencerminkan pola konsumsi yang tidak selalu sejalan dengan kondisi finansial yang diasumsikan. Fakta ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai pola konsumsi mahasiswa penerima bantuan sosial, khususnya dalam konteks konsumsi barang-barang tersier atau berharga tinggi. Seiring dengan perkembangan gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, muncul potensi pergeseran prioritas keuangan yang dapat berdampak pada efektivitas pemanfaatan bantuan pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk menelaah lebih lanjut bagaimana realitas sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa penerima KIP Kuliah dalam konteks penggunaan perangkat teknologi seperti iPhone.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, berbagai permasalahan mulai memengaruhi perilaku mahasiswa, termasuk di kalangan penerima Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah di Universitas Negeri Padang. Fenomena ini selaras dengan temuan Kewa & Tobing, (2025) yang mengungkapkan bahwa sebagian mahasiswa penerima KIP-Kuliah di Universitas Insan Budi Utomo Malang menggunakan dana beasiswa untuk keperluan non-akademik, seperti membeli gawai mahal, pakaian bermerek, dan aktivitas hiburan. Penggunaan dana beasiswa di luar kebutuhan akademik tersebut berkaitan erat dengan dorongan gaya hidup dan keinginan untuk menunjukkan status sosial.

Lebih lanjut, penelitian [Qurrotuaini \(2022\)](#) di UIN Raden Mas Said Surakarta juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa penerima KIP-Kuliah cenderung menggunakan dana bantuan pendidikan untuk kebutuhan tersier, seperti fashion dan hiburan, yang tidak terkait langsung dengan kegiatan perkuliahan. Hal ini mengindikasikan adanya pola konsumsi simbolik yang bertujuan membangun citra diri di hadapan lingkungan sosial. Meskipun tidak semua mahasiswa melakukan hal tersebut, kenyataan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan dan kesadaran pemanfaatan dana beasiswa secara tepat guna. Dengan demikian, penyimpangan dalam penggunaan dana beasiswa bukanlah sekadar dugaan, melainkan fenomena yang telah teridentifikasi dalam beberapa penelitian empiris. Hal ini penting untuk diperhatikan agar tujuan utama dari program bantuan pendidikan, yaitu mendukung kelangsungan studi mahasiswa dari keluarga kurang mampu, dapat tercapai secara optimal.

Fenomena serupa juga tampak di kalangan mahasiswa penerima Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah di Universitas Negeri Padang. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti dalam interaksi sehari-hari, sebagian mahasiswa penerima KIP menampilkan gaya hidup yang mencerminkan tren konsumtif, salah satunya melalui penggunaan gawai premium seperti iPhone. iPhone, dalam konteks ini, bukan sekadar alat komunikasi, melainkan simbol status sosial dan representasi gaya hidup modern yang lekat dengan citra eksklusif dan kemapanan ekonomi. Fenomena ini menjadi menarik karena secara teori, program KIP ditujukan untuk mahasiswa dari keluarga kurang mampu yang memiliki keterbatasan ekonomi. Penggunaan iPhone oleh mahasiswa penerima bantuan pendidikan ini memunculkan pertanyaan kritis terkait dengan prioritas konsumsi dan pengelolaan dana beasiswa. Apakah perangkat tersebut diperoleh melalui dana beasiswa, sumbangan keluarga, kredit, atau sumber lain, tetap menjadi bagian dari diskusi yang penting karena menggambarkan pergeseran kebutuhan dari fungsional menuju simbolik. Sebagaimana dijelaskan oleh [Kewa & Tobing \(2025\)](#) mahasiswa penerima beasiswa dapat terdorong untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi lingkungan sosial melalui konsumsi barang-barang bermerek sebagai bentuk representasi identitas. Hal ini menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus, bantuan pendidikan yang diberikan negara dapat berdampak secara tidak langsung terhadap peningkatan daya beli mahasiswa, yang kemudian dialihkan pada konsumsi simbolik.

Akan tetapi, tidak semua mahasiswa penerima KIP menunjukkan pola konsumsi seperti itu. Di sisi lain, banyak pula mahasiswa penerima beasiswa yang memanfaatkan bantuan tersebut secara bijak dan tepat sasaran. Mereka menggunakan dana beasiswa untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, transportasi, serta keperluan akademik lainnya. Bahkan, sebagian dari mereka mampu mempertahankan indeks prestasi akademik yang tinggi dan menyelesaikan studi tepat waktu. Keberagaman pola konsumsi dan gaya hidup ini mencerminkan kompleksitas realitas sosial mahasiswa penerima bantuan pendidikan. Oleh karena itu, peneliti merasa penting untuk mengkaji lebih dalam mengenai dinamika gaya hidup mahasiswa penerima KIP-Kuliah, khususnya dalam konteks konsumsi simbolik dan penggunaan produk-produk premium seperti iPhone, sebagai bagian dari konstruksi identitas dan status sosial di lingkungan kampus.

Studi tentang kepemilikan iPhone telah banyak dikaji oleh peneliti sebelumnya. Beberapa studi seperti [Sari & Gautama \(2021\)](#) penelitian ini menunjukkan kepemilikan iPhone bekas di kalangan mahasiswa sosiologi angkatan 2017 yang dilihat dari perilaku *personal branding*. Penelitian oleh [Hikmat & Fuady \(2017\)](#), penelitian ini mendeskripsikan bahwa manusia membentuk dan memaknai citra diri mereka melalui artefak yaitu dengan menggunakan iPhone. Penelitian oleh [Sugiarto \(2019\)](#), penelitian ini membahas perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian iPhone di pengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Penelitian oleh [Yanti \(2020\)](#), menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa. Kemudian penelitian oleh [Syafriani \(2017\)](#), penelitian ini menunjukkan bahwa siswa-siswi SMA Harapan 1 Medan cenderung berperilaku konsumtif dengan alasan agar bisa mengikuti trend dan tetap mampu mempertahankan prestise dilingkungannya.

Sementara penelitian ini lebih berfokus pada faktor pendorong mahasiswa penerima KIP di Universitas Negeri Padang dalam menggunakan iPhone. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana mahasiswa dari kelompok ekonomi terbatas dapat terlibat dalam pola konsumsi yang identik dengan kelas menengah atas. Fenomena maraknya penggunaan iPhone di kalangan mahasiswa penerima KIP tidak hanya merefleksikan pilihan konsumsi individual, tetapi juga menunjukkan adanya dimensi sosial, budaya, dan simbolik yang memengaruhi perilaku mereka. Hal ini menjadi relevan untuk diteliti karena menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas implementasi program KIP, yang pada dasarnya ditujukan untuk menunjang kebutuhan akademik, namun dalam praktiknya sebagian penerima justru memilih mengalokasikan sumber daya mereka untuk pemenuhan gaya hidup.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus intrinsik yang berfokus untuk memahami fenomena kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah Universitas Negeri Padang (Denzin, 2009). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, motivasi, dan faktor sosial di balik kepemilikan iPhone secara mendalam dalam konteks kehidupan kampus. Informan dipilih secara purposif, yaitu memilih individu yang dianggap paling memahami dan terlibat langsung dalam fenomena kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah (Firmansyah & Dede, 2022). Kriteria pemilihan informan meliputi mahasiswa aktif Universitas Negeri Padang, penerima program bantuan KIP Kuliah, dan pengguna iPhone sebagai perangkat pribadi untuk aktivitas sehari-hari, baik akademik maupun non-akademik.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Padang, yang berfungsi sebagai lingkungan belajar sekaligus ruang sosial bagi mahasiswa KIP Kuliah (Kiliah). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan telaah dokumen (Sugiyono, 2017). Observasi digunakan untuk memahami perilaku dan interaksi sosial mahasiswa KIP Kuliah dalam menggunakan iPhone, sementara wawancara mendalam bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi, persepsi, dan makna sosial di balik kepemilikan iPhone. Telaah dokumen dilakukan untuk mendukung data guna memperkuat temuan yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori aksi Talcott Parsons sebagai alat analisis, yang menekankan bagaimana individu sebagai aktor sosial bertindak berdasarkan nilai, norma, dan tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem sosial Ritzer & Goodman; (Parsons, 1951). Proses analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Spradley & Huberman, 2024). Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan memfokuskan data dari wawancara, observasi, dan dokumen yang relevan dengan fenomena kepemilikan iPhone. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengorganisasikan data secara sistematis untuk menggambarkan hubungan antara faktor sosial dan motivasi kepemilikan. Sementara itu, tahap kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasi pola makna menggunakan teori tindakan Parsons untuk memahami hubungan antara nilai, norma, dan tujuan sosial di balik kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan di Universitas Negeri Padang, ditemukan bahwa kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu pertemanan, gaya hidup, kebutuhan media sosial, dan dorongan untuk meraih prestise. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan iPhone tidak semata-mata didasarkan pada fungsi teknologi, tetapi juga berkaitan dengan upaya mahasiswa untuk membangun citra diri dan beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Untuk memahami dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan teori tindakan Talcott Parsons yang menjelaskan bagaimana individu sebagai aktor bertindak berdasarkan nilai, norma, dan tujuan sosial yang berlaku di lingkungannya.

Lingkungan Pertemanan

Berdasarkan observasi dan wawancara, kelompok sebaya secara signifikan memengaruhi keputusan mahasiswa KIP Kuliah untuk memiliki iPhone. Di kampus, kelompok sebaya membentuk pola konsumsi dan persepsi terhadap produk, termasuk ponsel pintar. Pengaruh kelompok sebaya mendorong perilaku konsumen dan keputusan pembelian karena dorongan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial (Harnoto, 2018). Dalam konteks ini, tekanan sosial dari kelompok sebaya berperan dalam mendorong individu untuk mengadopsi gaya hidup digital agar tidak merasa tertinggal. Sejalan dengan pandangan (Datri Widati, 2023), kelompok referensi seperti teman sebaya dan keluarga berkontribusi dalam membentuk keputusan pembelian produk teknologi di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, kelompok sebaya berperan signifikan sebagai faktor sosial yang memperkuat motivasi kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa. Seorang informan, NH (Angkatan 2021, FIS), mengungkapkan bahwa keputusannya untuk memiliki iPhone dipengaruhi oleh teman-teman sekelasnya yang sudah menggunakan perangkat tersebut. Ia berkata:

"Saya tertarik menggunakan iPhone karena banyak teman sekelas saya di FIS sudah menggunakannya. Mereka sering berbagi pengalaman positif tentang fitur dan kinerja iPhone, seperti kualitas kameranya yang luar biasa dan stabilitas sistem operasinya. Informasi mereka cukup berpengaruh dalam keputusan saya untuk mencoba menggunakan iPhone juga..." (Wawancara, 3 Februari 2024)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan pengalaman positif dari teman sebaya merupakan sumber informasi yang kuat dalam proses pengambilan keputusan. Mahasiswa penerima KIP

cenderung lebih mempercayai ulasan teman sebaya daripada informasi dari iklan atau media resmi, karena dianggap lebih autentik dan relevan dengan pengalaman hidup mereka. Hal ini sejalan dengan temuan (Anoraga & Iriani, 2018) bahwa kelompok referensi memengaruhi keputusan pembelian karena kehadiran mereka memberikan rasa percaya dan validasi sosial bagi konsumen. Dengan demikian, kelompok sebaya berfungsi sebagai forum untuk bertukar pengetahuan dan opini, di mana pengalaman individu membentuk persepsi kolektif terhadap suatu produk. Wawancara dengan MR (Angkatan 2020, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) juga mengonfirmasi temuan serupa:

“Saya memilih iPhone karena banyak teman saya di kampus sudah menggunakannya dan merekomendasikannya. Mereka sering berbagi tips dan trik tentang penggunaan iPhone, yang membuat saya tertarik untuk mencobanya dan menjadikannya ponsel pintar utama saya...” (Wawancara, 5 Februari 2024).

Pernyataan MR memperkuat pandangan bahwa dukungan sosial dari teman sebaya berperan krusial dalam membangun minat terhadap suatu produk. Harnoto (2018) menekankan bahwa individu seringkali meniru perilaku konsumsi teman sebayanya sebagai bentuk penyesuaian sosial. Dalam konteks ini, mahasiswa merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengikuti tren di komunitas mereka karena rasa kebersamaan dan keinginan untuk tetap diterima dalam lingkaran sosial mereka. Dinamika berbagi sosial dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari teman sebaya mendorong keputusan pembelian karena memiliki suatu produk dianggap dapat meningkatkan status atau penerimaan sosial.

Hal ini juga diungkapkan oleh MD (Angkatan 2019, FIS), yang menyatakan bahwa pertemanannya di kampus merupakan faktor penting dalam keputusannya memilih iPhone.

"Teman-teman saya di FIS sangat memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan iPhone. Banyak dari mereka telah menggunakannya dan memberikan umpan balik positif tentang fitur-fiturnya. Hal ini meyakinkan saya bahwa iPhone cocok untuk kebutuhan sehari-hari dan akademik saya di kampus..." (Wawancara, 7 Februari 2024).

Dari kutipan ini, dapat dipahami bahwa kelompok sebaya tidak hanya memberikan pengaruh sosial tetapi juga berkontribusi pada pembentukan persepsi fungsional terhadap iPhone. Widati (2023) juga menjelaskan bahwa kelompok referensi memiliki kemampuan untuk memengaruhi pandangan konsumen tentang nilai dan kegunaan suatu produk melalui komunikasi dan pertukaran informasi. Dalam konteks ini, rekomendasi dari rekan sebaya memainkan peran ganda: sebagai dorongan emosional (untuk mendapatkan penerimaan sosial) dan sebagai pembenaran rasional untuk keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa kelompok sebaya merupakan faktor sosial yang dominan dalam keputusan mahasiswa KIP Kuliah untuk memiliki iPhone. Meskipun berasal dari latar belakang ekonomi terbatas, penerima KIP tetap dipengaruhi oleh interaksi sosial dan norma kelompok di lingkungannya. Teman sebaya yang sudah menggunakan iPhone seringkali menjadi sumber informasi, referensi, dan dukungan ketika mereka menghadapi kesulitan teknis. Fenomena ini menunjukkan konformitas sosial, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan pilihan dan perilaku mereka dengan tren yang berlaku dalam kelompoknya (Anoraga & Iriani, 2018). Dalam konteks kampus, kepemilikan iPhone tidak hanya didorong oleh fungsi praktis, tetapi juga oleh simbol status, penerimaan sosial, dan prestise di antara teman sebaya.

Gaya Hidup

Gaya hidup mahasiswa KIP Kuliah juga menjadi faktor penting dalam keputusan mereka memilih iPhone sebagai perangkat komunikasi utama. Mahasiswa cenderung memilih perangkat yang tidak hanya mendukung kebutuhan akademik mereka, tetapi juga sesuai dengan aktivitas dan gaya hidup mereka yang dinamis—baik di dalam maupun di luar kampus. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan iPhone mencerminkan upaya mahasiswa untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang serba cepat. Selain itu, kepemilikan iPhone juga berfungsi untuk memperkuat citra sosial mereka di lingkungan pergaulan kampus. Oleh karena itu, keputusan untuk memiliki iPhone tidak semata-mata didasarkan pada fungsi, tetapi juga pada nilai simbolis yang melekat dalam gaya hidup mahasiswa saat ini (Putra & Elpanso, 2023).

Salah satu informan, NMP (Angkatan 2020, FIS), mengungkapkan bahwa stabilitas sistem operasi iPhone dan kualitas kamera sangat mendukung aktivitas sehari-harinya. Ia menjelaskan bahwa fitur-fitur ini sangat penting untuk menunjang kebutuhan mendokumentasikan kegiatan sehari-hari di kampus. Dengan sistem operasi yang andal, NMP merasa lebih percaya diri dalam menangani berbagai tugas akademik dan mengatur kegiatan kampus. Hal ini juga memberikan rasa aman karena tidak khawatir akan masalah teknis yang mengganggu saat sedang sibuk. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Bagi saya, keunggulan utama iPhone adalah stabilitas sistem operasinya yang konsisten dan kualitas kameranya yang luar biasa. Fitur-fitur ini sangat mendukung gaya hidup saya dalam

mendokumentasikan dan aktivitas sehari-hari di kampus. Dengan sistem operasi yang andal, saya merasa lebih percaya diri dalam menangani berbagai tugas akademik dan mengatur kegiatan kampus tanpa khawatir akan masalah teknis yang mengganggu..." (Wawancara, 10 Februari 2024).

Pernyataan NMP menunjukkan bahwa iPhone dianggap sebagai perangkat yang mampu mendukung gaya hidup produktif mahasiswa yang aktif secara akademik dan sosial. Menurut Sari (2023) mahasiswa memilih iPhone karena dianggap sesuai dengan tuntutan kegiatan akademik yang menekankan efisiensi dan profesionalisme. Perangkat ini dipandang merepresentasikan kelas tertentu yang peduli terhadap kualitas, inovasi, dan desain premium dalam berteknologi. Sistem operasinya yang stabil dan kameranya yang mumpuni memberikan rasa nyaman serta tingkat percaya diri yang tinggi dalam menjalankan kegiatan belajar dan berorganisasi. Semua keunggulan ini menjadikan iPhone pilihan logis bagi mahasiswa dengan mobilitas tinggi.

Hal yang serupa diungkapkan oleh FAP (Angkatan 2019, FIS) dan MH (Angkatan 2019, FIS), yang sama-sama merasa iPhone mendukung gaya hidup aktif dan kebutuhan produktivitas mereka. Dukungan produktivitas ini terwujud baik melalui integrasi yang mudah antarperangkat Apple (ekosistem Apple) maupun melalui ketersediaan aplikasi yang mendukung aktivitas akademik dan sosial. Wawancara tersebut secara konsisten mengungkapkan bahwa penerima KIP memandang iPhone sebagai perangkat yang sangat relevan dengan gaya hidup mereka yang sibuk dan serba cepat. Dengan demikian, iPhone dilihat sebagai *tools* utama untuk menunjang mobilitas tinggi dan profesionalisme mereka di lingkungan kampus.

Berdasarkan hasil studi ini, dapat disimpulkan bahwa pilihan iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah tidak hanya didorong oleh status sosial, tetapi juga oleh ketersediaan fungsionalitas yang prima. Pilihan ini selaras dengan gaya hidup modern yang menuntut efisiensi, kenyamanan, dan kepraktisan dalam penggunaan teknologi sehari-hari. Fitur-fitur seperti kamera berkualitas tinggi, sistem operasi yang stabil, dan kemampuan integrasi dengan berbagai aplikasi akademik dan media sosial adalah kriteria utama yang mereka cari. Semua keunggulan tersebut menjadikan iPhone pilihan utama untuk mendukung kegiatan belajar mengajar, mendokumentasikan kegiatan kampus, dan memenuhi kebutuhan komunikasi mahasiswa.

Kebutuhan Media Sosial

Penggunaan media sosial memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa penerima KIP; media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi, tetapi juga membentuk persepsi bahwa iPhone adalah pilihan yang mewah dan fungsional. Melalui paparan konten dari teman sebaya, *influencer*, dan iklan digital, mahasiswa seringkali terpengaruh untuk memandang iPhone sebagai perangkat yang mendukung gaya hidup modern dan produktif (Pardede, 2025) Lebih lanjut, konten viral dan promosi di platform digital meningkatkan *Fear of Missing Out* (FoMO), yang mendorong keinginan mahasiswa untuk segera memiliki perangkat yang sedang tren (Prabowo & Santoso, 2025).

Hasil wawancara dengan GA (Angkatan 2021, FBS) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih iPhone:

"...Saya melihat banyak teman saya di media sosial menggunakan iPhone untuk berbagi konten berkualitas tinggi. Hal ini memengaruhi pilihan saya karena iPhone dianggap cocok untuk aktivitas media sosial. Ketika saya melihat bagaimana iPhone dapat menghasilkan foto dan video yang jernih, detail, dan estetik, saya merasa yakin bahwa menggunakan iPhone akan membantu saya membuat dan berbagi konten yang menarik dan profesional di media sosial..." (Wawancara, 20 Februari 2024).

Dari kutipan ini, dapat diinterpretasikan bahwa siswa memandang kualitas konten visual yang dihasilkan oleh pengguna iPhone sebagai bentuk validasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan iPhone tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial di ruang digital.

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan responden lain IY (Angkatan 2019) untuk menguatkan temuan ini. IY mengungkapkan bahwa iPhone memudahkan komunikasi daring dan interaksi sosial mereka:

"...Saya merasa cukup puas dengan iPhone saya karena, selain fungsinya yang canggih, iPhone juga memudahkan saya untuk tetap terhubung dengan teman-teman di kampus. Berkat fitur-fitur modern seperti aplikasi pesan instan, panggilan video berkualitas tinggi, dan akses mudah ke media sosial, iPhone memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berkomunikasi..." (Wawancara, 1 Maret 2024).

Kutipan kedua menunjukkan bahwa iPhone tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat koneksi sosial dan kehadiran mahasiswa di media sosial. Wicaksono; (2017) menjelaskan bahwa citra *smartphone* Apple terhadap gaya hidup dan kepercayaan diri pembeli

mahasiswa, di mana kepemilikan perangkat tertentu mencerminkan status sosial dan tingkat partisipasi seseorang di masyarakat. Dengan kata lain, memiliki iPhone menumbuhkan rasa percaya diri dengan memungkinkan pengguna berpartisipasi aktif dalam dinamika sosial digital dengan kualitas yang lebih baik. Sentimen serupa juga diungkapkan oleh MM (Angkatan 2020, Fakultas Pariwisata) dan AAP (Angkatan 2019, Fakultas Ekonomi), yang menyatakan bahwa promosi dari *influencer* dan pandangan teman di media sosial memengaruhi keputusan mereka untuk memiliki iPhone. Nuryanto (2024) menambahkan bahwa paparan konten *influencer* dan figur publik di media sosial meningkatkan intensitas pembelian melalui proses identifikasi sosial dan aspirasi status di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan, tampak bahwa media sosial merupakan faktor signifikan yang mendorong mahasiswa penerima KIP memilih iPhone. Mereka menilai kemampuan iPhone yang unggul dalam menghasilkan foto dan video berkualitas tinggi, yang membantu mereka membangun citra positif di media sosial. Lebih lanjut, paparan terhadap *influencer* dan promosi yang menyoroti keunggulan iPhone semakin memperkuat persepsi bahwa perangkat tersebut merupakan simbol status dan alat produktivitas yang ideal bagi mahasiswa.

Mahasiswa penerima KIP, meskipun berasal dari latar belakang ekonomi terbatas, menyatakan bahwa kebutuhan akan pengakuan sosial dan keinginan untuk tampil profesional di media sosial merupakan salah satu motivasi utama mereka memilih iPhone. Memiliki iPhone dianggap dapat meningkatkan kepercayaan diri dan nilai tambah bagi kehidupan sosial mereka, baik di dunia nyata maupun daring. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa simbol status melalui kepemilikan produk bermerek berkontribusi dalam membangun citra diri yang positif dan meningkatkan rasa penerimaan mahasiswa dalam lingkungan sosialnya (Sari, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan krusial dalam membentuk persepsi dan keputusan siswa penerima KIP untuk memilih iPhone. Melalui paparan konten, tren, dan gaya hidup yang ditampilkan di berbagai platform digital, siswa menjadi lebih mudah terpengaruh oleh standar sosial yang terbentuk di dunia maya. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi dan komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan identitas, pengenalan diri, dan simbol status sosial di kalangan siswa. Dalam konteks ini, iPhone tidak hanya dilihat sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai representasi gaya hidup modern dan simbol kesuksesan, yang mampu memenuhi kebutuhan akan ekspresi diri, gengsi, dan komunikasi yang efektif di era digital.

Kebutuhan Prestise

Penggunaan iPhone oleh mahasiswa penerima KIP tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan fungsional, tetapi juga erat kaitannya dengan prestise dan status sosial. Mahasiswa sering mengaitkan kepemilikan ponsel pintar premium dengan pencapaian status sosial yang lebih tinggi di kalangan sebaya. Kepemilikan iPhone sering dianggap sebagai simbol modernitas dan prestasi, menjadi sumber kebanggaan, bahkan bagi mahasiswa dari latar belakang ekonomi terbatas (Sari, 2023). Dalam konteks ini, iPhone bukan hanya perangkat komunikasi, tetapi juga sarana untuk menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kehadiran sosial di kampus. Adinia (2017), menekankan bahwa prestise yang dirasakan dari kepemilikan produk teknologi dapat meningkatkan kepercayaan diri dan citra diri yang positif di lingkungan akademik.

Wawancara dengan RNY (Angkatan 2019, FBS) mengungkapkan bahwa memiliki iPhone menanamkan rasa percaya diri karena dianggap sebagai simbol kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi:

"...Saya merasa memiliki iPhone memberi saya rasa bangga karena menunjukkan bahwa saya dapat mengakses teknologi terkini, bahkan sebagai penerima KIP. Ini memberi saya kepercayaan diri dan memungkinkan saya untuk tetap terhubung dengan dunia digital yang terus berkembang..." (Wawancara, 27 Februari 2024).

Kutipan ini menunjukkan bahwa memiliki iPhone memberikan nilai psikologis berupa kepercayaan diri dan kebanggaan bagi mahasiswa penerima KIP. Mereka merasa bahwa memiliki perangkat yang identik dengan kelas menengah ke atas memungkinkan mereka untuk bersosialisasi dengan teman-teman sebayanya di kampus. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki iPhone bukan sekadar bentuk konsumsi teknologi, tetapi juga representasi identitas sosial dan simbol status yang memberikan pengakuan sosial di antara teman-teman sebaya.

Pandangan serupa diungkapkan oleh AS (Angkatan 2021, Fakultas Ekonomi), yang menekankan bahwa memiliki iPhone tidak semata-mata didorong oleh prestise, tetapi juga oleh kebutuhan fungsional yang mendukung aktivitas akademik dan sosialnya di kampus:

"...Bagi saya, memiliki iPhone bukan hanya tentang status, tetapi juga tentang fungsionalitas yang mendukung aktivitas akademik dan sosial saya di kampus. Lebih lanjut, kemampuan

iPhone untuk mendukung integrasi teknologi memungkinkan saya mengatur jadwal, mengakses sumber daya pembelajaran daring, dan berpartisipasi dalam diskusi dan kolaborasi akademik dengan lebih efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas saya tetapi juga memperluas jangkauan pengalaman belajar dan sosial saya di kampus...” (Wawancara, 28 Februari 2024).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa prestise dan fungsionalitas saling melengkapi dalam membentuk persepsi positif terhadap iPhone. Mahasiswa tidak hanya membelinya untuk status, tetapi juga karena perangkat ini membantu mereka menunjukkan kompetensi akademik dan profesionalisme. RPY (Angkatan 2019, Fakultas Ekonomi) sependapat dengan hal ini, menekankan bahwa iPhone memfasilitasi komunikasi dan memperkuat koneksi sosial di kampus:

“Saya merasa cukup puas dengan iPhone saya karena, selain fungsinya yang canggih, iPhone juga memungkinkan saya untuk tetap terhubung dengan teman-teman di kampus dengan lebih mudah. Berkat fitur-fitur modern seperti aplikasi pesan instan, panggilan video berkualitas tinggi, dan akses mudah ke media sosial, iPhone memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berkomunikasi...” (Wawancara, 1 Maret 2024).

Kutipan ini menekankan bahwa fungsionalitas iPhone memperkuat nilai sosial yang melekat pada perangkat tersebut. Kemudahan komunikasi, akses informasi yang cepat, dan fitur-fiturnya yang mendukung aktivitas sosial menjadikan iPhone bukan sekadar simbol prestise, tetapi juga sarana membangun jaringan sosial yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa bagi mahasiswa penerima KIP, iPhone berfungsi sebagai alat untuk menyeimbangkan kebutuhan akademik, sosial, dan afirmasi diri dalam komunitas kampus.

Secara umum, wawancara menunjukkan bahwa iPhone memiliki makna ganda bagi mahasiswa penerima KIP: di satu sisi, iPhone berfungsi sebagai simbol status sosial yang meningkatkan kepercayaan diri, dan di sisi lain, iPhone berfungsi sebagai alat untuk mendukung produktivitas akademik. Memiliki iPhone mencerminkan aspirasi untuk mendapatkan pengakuan sosial sekaligus keinginan untuk tetap relevan di era digital. Mahasiswa berasumsi bahwa memiliki iPhone membuat mereka tetap mengikuti perkembangan modernitas dan memungkinkan mereka menampilkan citra diri yang profesional dan berprestasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian [Dirwan & Zaenal \(2022\)](#), yang menunjukkan bahwa status sosial dan citra merek secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian ponsel pintar Apple. Hal ini juga relevan dalam konteks mahasiswa penerima KIP, yang memandang kepemilikan iPhone sebagai bentuk investasi sosial dan akademis. Sementara itu, studi [Exstrada \(2020\)](#), menegaskan bahwa gaya hidup dan fitur produk merupakan faktor yang lebih dominan daripada harga dalam mendorong minat mahasiswa terhadap iPhone.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan prestise dan citra diri merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan mahasiswa penerima KIP untuk memilih iPhone. Memiliki iPhone tidak hanya memberikan nilai simbolis berupa status sosial yang lebih tinggi, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, keterhubungan sosial, dan produktivitas akademik. Dalam konteks ini, iPhone dipandang sebagai perangkat yang mampu merepresentasikan keseimbangan antara kebutuhan fungsional, prestise, dan identitas sosial mahasiswa di lingkungan akademik.

Pembahasan

Meningkatnya jumlah pemilik iPhone di kalangan mahasiswa KIP Kuliah Universitas Negeri Padang menunjukkan bahwa individu sebagai aktor memainkan peran sentral dalam dinamika konsumsi. Menurut teori aksi Parsons, setiap aktor bertindak berdasarkan orientasi nilai yang terinternalisasi dari lingkungan sosial mereka. Keputusan mahasiswa dalam membeli iPhone mencerminkan proses interpretatif untuk menyelaraskan kebutuhan pribadi dengan tuntutan sosial di kampus ([Parsons, 1951](#)). Dalam konteks ini, kepemilikan iPhone berfungsi sebagai simbol identitas diri yang digunakan untuk memperoleh penerimaan sosial di antara teman sebaya ([Sari, 2023](#)). Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi teknologi bukan hanya kebutuhan fungsional, tetapi juga sarana ekspresi sosial.

Bagi mahasiswa KIP Kuliah, tindakan membeli iPhone bukan sekadar bentuk konsumerisme, melainkan strategi adaptif untuk mendapatkan pengakuan sosial. Lingkungan kampus yang menilai status berdasarkan kepemilikan barang tertentu mendorong munculnya perilaku konformitas. Tekanan sosial tersebut membentuk cara berpikir mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompok. Penelitian menunjukkan bahwa tekanan sosial dan kebutuhan akan pengakuan kelompok turut memengaruhi perilaku konsumtif terhadap produk teknologi ([Yolanda, 2025](#)). Oleh karena itu, tindakan pembelian iPhone dapat dipahami sebagai upaya simbolis dan rasional untuk mencapai keseimbangan sosial dalam sistem sosial kampus ([Exstrada, 2020](#)).

Tindakan ini juga menunjukkan adanya rasionalitas sosial, di mana aktor mempertimbangkan cara paling efektif untuk mencapai tujuan dalam batas norma yang ada. Mahasiswa dengan keterbatasan ekonomi menggunakan strategi seperti membeli produk bekas atau mencicil melalui toko daring untuk memenuhi keinginan mereka. Strategi ini memperlihatkan kemampuan adaptif dalam mengelola sumber daya ekonomi yang terbatas. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumtif mahasiswa bukan tindakan impulsif, tetapi hasil perhitungan antara kebutuhan sosial dan kemampuan finansial. Temuan ini sejalan dengan Wicaksono (2017) yang menyatakan bahwa mahasiswa sering menerapkan rasionalitas instrumental untuk memenuhi kebutuhan simbolis tanpa mengabaikan pertimbangan ekonomi.

Sejalan dengan teori aksi Parsons, perilaku mahasiswa penerima KIP Kuliah dalam memiliki iPhone dapat dijelaskan melalui lima unsur dasar tindakan sosial. Pertama, mahasiswa sebagai aktor aktif membuat keputusan konsumtif dengan mempertimbangkan aspek sosial dan simbolik. Kedua, mereka memiliki tujuan fungsional sekaligus simbolik untuk membangun citra diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Ketiga, mereka mengembangkan strategi seperti mencicil atau membeli barang bekas untuk mencapai tujuan tersebut. Keempat dan kelima, tindakan mereka dipengaruhi oleh kondisi situasional seperti keterbatasan ekonomi serta dibatasi oleh nilai dan norma sosial yang menuntut keseimbangan antara gaya hidup dan tanggung jawab sebagai penerima bantuan pendidikan.

Dengan demikian, kepemilikan iPhone oleh mahasiswa KIP Kuliah tidak semata mencerminkan perilaku konsumtif berlebihan, melainkan bagian dari proses sosial yang sarat makna. Melalui tindakan yang rasional dan terarah, mahasiswa berusaha menegosiasikan antara nilai, tujuan, serta keterbatasan dalam struktur sosial kampus. Proses ini menunjukkan bahwa konsumsi dapat menjadi bentuk komunikasi simbolik dalam masyarakat akademik. Dalam kerangka teori tindakan Parsons, perilaku ini memperlihatkan integrasi antara nilai, tujuan, dan tindakan yang membentuk pola sosial mahasiswa di era digital (Steven, 2023). Oleh sebab itu, kepemilikan iPhone menjadi cerminan interaksi antara kebutuhan pribadi dan tuntutan sosial yang kompleks.

Kesimpulan

Fenomena kepemilikan iPhone di kalangan mahasiswa penerima KIP Kuliah Universitas Negeri Padang merupakan ilustrasi nyata dari Teori Aksi (*Action Theory*) Talcott Parsons, di mana individu bertindak sebagai aktor rasional dalam sistem sosial. Keputusan membeli iPhone tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsional teknologi, melainkan oleh motivasi yang berakar pada orientasi nilai dan tuntutan lingkungan kampus. Bagi aktor mahasiswa, kepemilikan iPhone adalah bentuk adaptasi sosial yang esensial untuk mencapai pengakuan sosial, eksistensi diri, dan prestise di antara teman sebaya. Dengan demikian, iPhone berfungsi sebagai simbol identitas dan sarana untuk menegaskan status sosial mereka di lingkungan akademik. Adapun, tindakan ini mencerminkan rasionalitas sosial yang kuat di tengah keterbatasan ekonomi yang dialami aktor. Meskipun berasal dari latar belakang ekonomi terbatas, aktor secara strategis mengadaptasi metode—seperti membeli produk bekas atau mencicil untuk mencapai tujuan sosial mereka tanpa melanggar norma. Perilaku ini menunjukkan bahwa konsumsi teknologi memiliki dimensi sosial yang dominan dan terukur oleh aktor. Tindakan individu dalam memilih iPhone didasarkan pada keseimbangan antara keinginan pribadi, tujuan sosial, dan struktur nilai yang terinternalisasi. Hal ini membentuk pola perilaku mereka di lingkungan kampus yang konsumtif.

Daftar Pustaka

- Addha, E. V. (2017). Studi Deskriptif Gaya Hidup Pada Mahasiswa Pengguna Iphone Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Universitas Medan Area.
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 139. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p139-147>
- Badriah, S. (2017). Fungsi Handphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Universitas Airlangga.
- Datri Widati, Kuwing Baboe, Sundari, S., & Alexandro, R. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Handphone Android. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 15(1), 59–66. <https://doi.org/10.37304/jpips.v15i1.9474>
- Denzin, N.K., & Lincoln, S. (2009). *Handbook of Qualitative and Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dirwan, D., & Zaenal, F. R. (2022). Keputusan Pembelian Apple Iphone Melalui Citra Merek Harga dan Gaya Hidup. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2), 192. <https://doi.org/10.35906/jurman.v8i2.1235>

- Erwadi, Y. M., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Damayanti, D. D. (2025). Pengaruh Gengsi, Tekanan Sosial Media, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berlebihan pada Penggunaan Marketplace Shopee. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 3(2), 153-165.
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 729. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5577>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Harnoto, T. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa : Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup. *Journal Ilmu Komunikasi*, 30(2), 181–197.
- Hikmat, G. A., & Fuady, M. E. (2017). *Makna Citra Diri di Kalangan Pengguna Iphone*. 3(2), 265–269.
- Husain, C. (2014). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran SMA YPPGI Nabire. *Jurnal Teknologi dan Rekayasa*, 2(1), 184–192.
- Izzati, N. (2015). Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 374. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.88>
- Kewa, V. C., & Tobing, S. M. (2025). Analisis Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Kip-Kuliah Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Insan Budi Utomo Malang. *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 31(2), 73-80. <https://doi.org/10.33503/paradigma.v31i2.1845>
- Pardede, R. N., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2025). Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis PISSN*, 8(1), 906–914. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/> 906
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. The Free Press. Routledge.
- Pebriana, P. H. (2017). Analisis Penggunaan Gadget terhadap Kemampuan Interaksi Sosial pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v1i1.26>
- Prabowo, N. A., & Santoso, R. (2025). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo), Lifestyle Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Gen Z Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Bisnis*, 5(2), 386-398.
- Prasetyo, E., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Fomo, Social Influence dan Product Involvement terhadap Purchase Decision Produk Iphone di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(7), 59–68. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/1822>
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Bina Darma. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.946>
- Sari, P. I., & Gautama, M. I. (2021). Kepemilikan iPhone Bekas sebagai Personal Branding di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 4(3), 484.
- Sari, R. D., Sartika, D. D., Soraida, S., & Istiqoma, I. (2023). Iphone dalam perspektif nilai tanda dan simbol di kalangan mahasiswa fisip unsri*. *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi*, 17, 1-16.
- Spradley, P., & Huberman, M. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 2(1), 77–84.
- Steven, J. C. karin. (2023). Peran Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Citra Diri Pada Generasi Milenial Di Era Digital. <https://www.scribd.com/document/648187650/Studi-Kasus-Peran-Media-Sosial-Instagram-Dalam-Membentuk-Citra-Diri-Pada-Generasi-Milenial-Di-Era-Digital>
- Sugiarto, E. K. P. (2019). Kajian Perilaku Konsumen Pengguna Smartphone Iphone Pada Kalangan Mahasiswa Stiesia Surabaya Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1).
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Press.
- Syafriani. (2017). Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Iphone Pada Siswa SMA Harapan 1 Medan.
- Wardah Qurrotuaini, P., Puspitasari, D., Rohmah, N., Nurul Fatimah, A., & Yanti Hami Mullah, N. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi-Kip Kuliah Angkatan 2020 Uin Raden Mas Said Surakarta. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(1), 147–168. <https://doi.org/10.22515/academica.v6i1.5718>
- Wicaksono; N.. (2017). Citra telepon genggam apple terhadap gaya hidup dan kepercayaan diri pembeli mahasiswa Apple phone image to life styles and self esteem students buyer. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460349&lokasi=lokal>

Yanti, R. B. (2020). Gaya Hidup Brand Minded dengan Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 401.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5577>