

ABSTRAK

Iphone merupakan *smartphone* yang diproduksi oleh Apple Inc. yang menyediakan fitur seperti kamera, pemutar media, SMS dan kamera belakang. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak gaya hidup, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone, dengan fokus Mahasiswa di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. Penelitian ini Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dari 88 Mahasiswa. Teknik sampling yang diterapkan adalah *stratified random sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Dari hasil uji t (Parsial) diperoleh penjelasan sebagai berikut: 1) gaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian iphone dikalangan Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang, 2) *brand image* tidak mempengaruhi keputusan pembelian iphone oleh Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang, 3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian iphone oleh Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang, dan 4) koefisien determinasi (R^2) senilai 0,801 atau 80,1% menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, *brand image*, dan kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 80,1%.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The iPhone is a smartphone manufactured by Apple Inc., offering features such as camera, media player, SMS, and rear camera. The objective of this study is to assess the impact of lifestyle, brand image, and product quality on the purchasing decision of iPhone, focusing on students at the Widya Gama Lumajang Institute of Technology and Business. This research adopts a quantitative approach, collecting data through a questionnaire from 88 students. The sampling technique employed is stratified random sampling. Hypothesis testing is conducted using multiple linear regression analysis. From the results of the t-test (Partial), the findings are as follows: 1) lifestyle has a positive influence on the purchasing decision of iPhone among students at ITB Widya Gama Lumajang, 2) brand image does not affect the purchasing decision of iPhone by students at ITB Widya Gama Lumajang, 3) product quality has a positive influence on the purchasing decision of iPhone by students at ITB Widya Gama Lumajang, and 4) the coefficient of determination (R^2) is 0.801 or 80.1%, indicating that the variables of lifestyle, brand image, and product quality can explain the purchasing decision by 80.1%.

Keywords: Lifestyle, Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decisions

