



**PENGARUH *LIFESTYLE*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *IPHONE* DI KOTA**

MALANG

(Studi Pengguna *Iphone* Di Kota Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

Noval Fadillah Putra

NPM. 21901081293



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

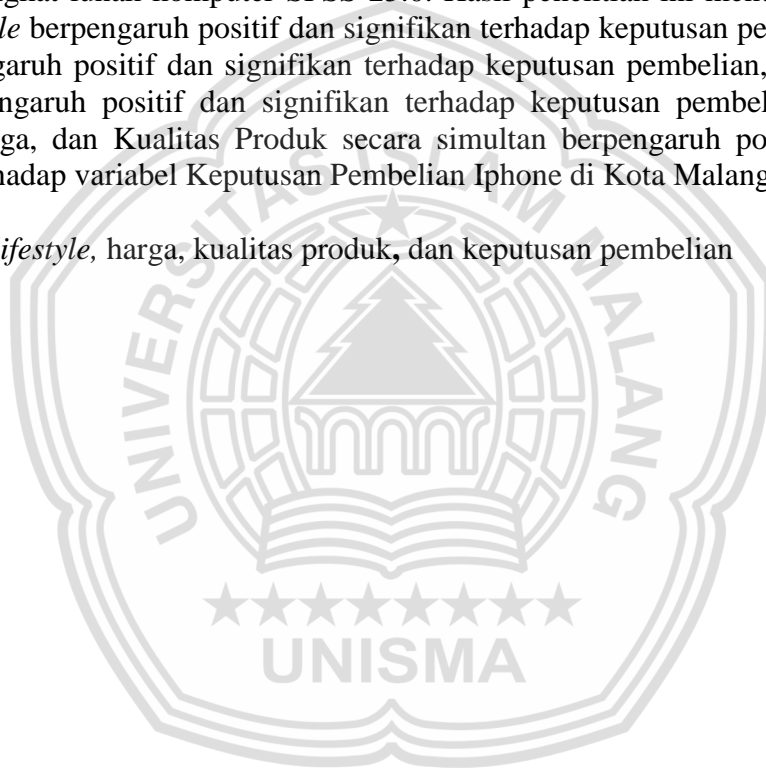
MALANG

TAHUN 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh *lifestyle*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone di kota Malang. Variabel bebas yang digunakan adalah *lifestyle*, harga dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 115 orang masyarakat kota Malang yang menggunakan iPhone. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji determinasi R^2 , uji hipotesis menggunakan bantuan perangkat lunak komputer SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *Lifestyle*, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang.

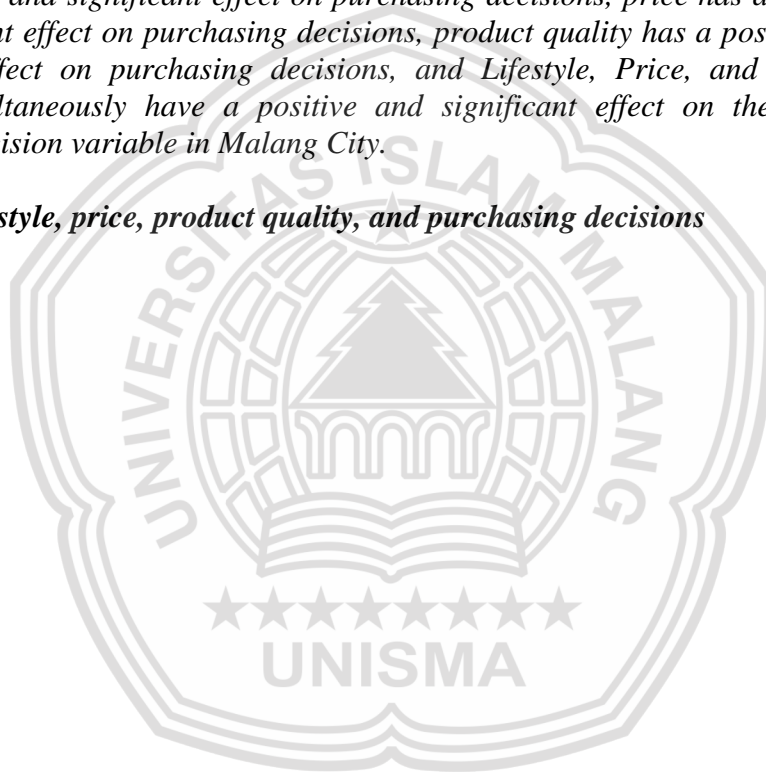
Kata kunci: *lifestyle*, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aimed to identify the effect of lifestyle, price, and product quality on iPhone purchasing decisions in Malang City. The independent variables used are lifestyle, price, and product quality, while the dependent variable is the purchase decision. The sample used in this study were 115 people in Malang city who used an iPhone. The data collected using a questionnaire. The analysis method using a instrument test, multiple linear regression analysis, classical assumption test R^2 , determination test, hypothesis testing using the help of SPSS 25.0 computer software. The results of this study indicate that Lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and Lifestyle, Price, and Product Quality simultaneously have a positive and significant effect on the Iphone Purchase Decision variable in Malang City.

Keyword: *lifestyle, price, product quality, and purchasing decisions*



BAB I

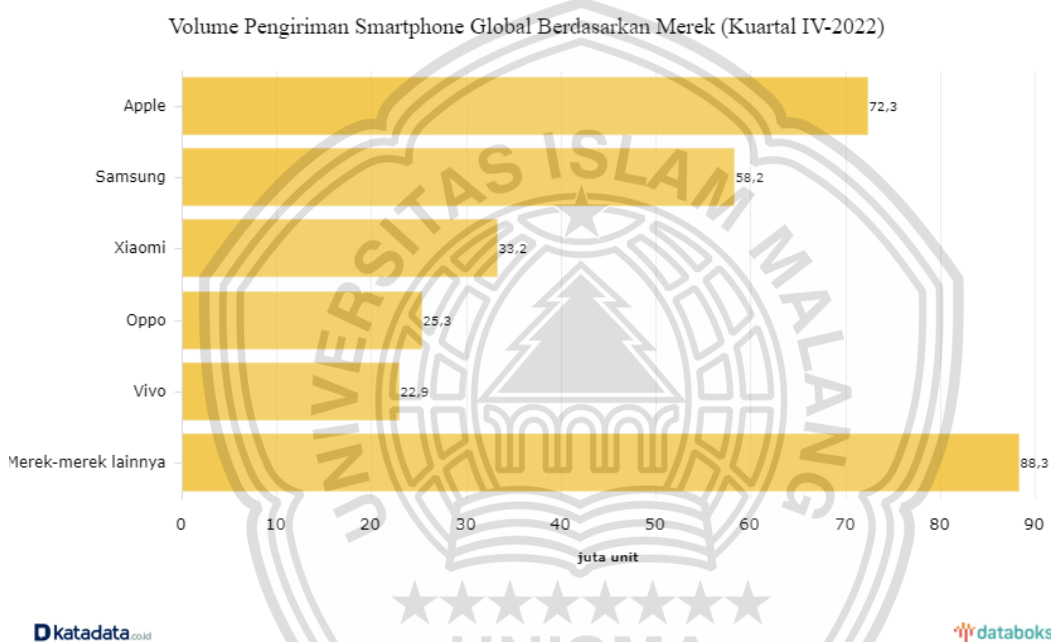
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini dimana teknologi yang semakin mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan para konsumen sekarang lebih menginginkan alat komunikasi yang canggih, simple dan praktis dibawa kemana-mana. Tak sama halnya dengan alat komunikasi jaman dulu yang hanya di gunakan untuk melakukan komunikasi dan memiliki fitur yang terbatas. Namun seiring berkembangnya globalisasi sekarang, secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap perkembangan gaya hidup manusia yang mana sekarang dipaksa untuk melakukan kegiatan yang mudah, cepat dan praktis. Perkembangan teknologi khususnya telepon genggam ini semakin pesat yang mana sekarang telepon genggam sudah berevolusi yakni menjadi *smartphone* (telepon pintar). Ponsel pintar atau yang lebih dikenal dengan *smartphone* ini sudah menjadi alat yang tak sekedar untuk komunikasi saja, namun juga urusan perbankan, perdagangan, pendidikan dan beberapa lainnya (merdeka.com).

Salah satu jenis *smartphone* yang berkembang pesat yakni Iphone yang di luncurkan oleh Apple. Pastinya para konsumen sudah tidak asing dengan merek ini. Hasil produksi dari perusahaan Apple yang berasal dari Amerika Serikat ini sudah memberikan kontribusi luas kepada konsumennya di seluruh dunia. Walaupun lini produk Iphone memiliki konsistensi yang memiliki persaingan ketat dengan *smartphone* Android, kebanyakan orang sebagai pengguna setia produk dari Apple ini tetap antusias dan sulit untuk berpindah pilihan pada brand

lain. *Smartphone* keluaran Amerika ini merupakan *smartphone* yang menggunakan sistem operasi IOS. IPhone resmi masuk di Indonesia pada tahun 2007 sampai sekarang dan mampu bersaing di pasar teknologi Indonesia dengan fitur yang disajikan di era milenial seperti sekarang. Mengutip Gizchina, Kamis (12/1/2023), IDC mengungkap, sejak dirilis 16 tahun lalu, Apple sudah menjual 2,32 miliar iPhone (liputan6.com).



Gambar 1.1

Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Merek (Kuartal IV-2022)
Sumber: databoks.katadata.co.id diakses 2 februari 2023 jam 10.55 WIB

Dari data di atas dilihat pada kuartal IV-2022 Apple menempati peringkat teratas dengan volume pengiriman smartphone global 72,3 juta unit, meskipun turun 14,9% (yoy). Kemudian pengiriman smartphone Samsung turun 15,6% (yoy) menjadi 58,2 juta unit, dan Xiaomi turun 26,3% (yoy) menjadi 33,2 juta unit.

Berikutnya ada Oppo yang pengiriman smartphone-nya turun 15,9% (yoy) menjadi 25,3 juta unit, dan Vivo turun 18,9% (yoy) menjadi 22,9 juta unit pada

periode sama. Volume pengiriman smartphone merek-merek lainnya secara kumulatif juga turun 19,8% (yoy) menjadi 88,3 juta unit pada kuartal IV-2022.. Hal tersebut memperlihatkan bagaimana besarnya iPhone sebagai sebuah brand smartphone di dunia.

Disamping banyak fitur teknologi yang di sajikan. Salah satu sistem dari Iphone ini yakni memiliki sektor keamanan yang tinggi. Mungkin ini salah satu alasan harga Iphone ini bisa dikatakan tidak murah. Tapi harga yang bisa dikatakan tidak murah ini tidak mempengaruhi daya tarik konsumen untuk mendapatkan *smartphone* ini. Pasalnya tak sedikit konsumen dari mahasiswa sampai pekerja yang menggunakan *smartphone* ini. Akan tetapi, tidak semua orang memilih Iphone, tetapi banyak juga orang dengan kalangan menengah ke atas memilih Iphone sebagai alat komunikasi. Permasalahan yang terjadi sekarang adalah, banyak smartphone yang tak kalah unggul dari iphone, *brand* baru yang memiliki sistem kerja yang tak kalah bagusnya dengan iphone dan berusaha menyaingi *smartphone* asal amerika ini. Kita bisa mengatakan bahwa Iphone tak hanya memiliki kelebihan tetapi juga memiliki kekurangan jika di bandingkan dengan *smartphone* lain yang tak kalah jauh canggihnya. Tidak dapat dipungkiri semakin berkembangnya sistem teknologi yang berkembang pesat seperti sekarang, konsumen harus lebih pintar dalam menentukan produk *smartphone*. Seperti menentukan dari faktor kualitas dan harga. Maka dari itu perusahaan dipaksa untuk memberikan kualitas yang terbaik bagi konsumen.

Berdasarkan Latar belakang dan permasalahan di atas dengan kelebihan dan kekurangan Iphone tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

mengenai keputusan pembelian Iphone ini dengan judul “**Pengaruh *Lifestyle*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple iPhone Di Kota Malang**” ini perlu dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka perumusan pada peneliti ini yaitu adakah pengaruh *lifesytle*, *Harga* dan *kualitas produk* terhadap keputusan pembelian Iphone Apple di kota Malang.

1. Apakah *Lifestyle*, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota malang?
2. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota Malang?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone di kota Malang?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh *Lifestyle*, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian iphone di kota Malang.

2. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh *Lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota Malang
3. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota Malang.
4. Untuk menganalisis dan membahas kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari segi praktis maupun segi teoritis. Penjelasan dari segi praktis dan teoritis adalah sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun skripsi dengan baik dan benar.

b. Manfaat teoritis

1. Bagi penjual market Iphone di kota Malang Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi seluruh toko smartphone di Kota Malang khususnya Iphone agar dapat meningkatkan daya jual Iphone.
2. Bagi konsumen Dapat dijadikan sebagai referensi untuk memilih dan menentukan kebutuhan smartphone yang di butuhkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh *Lifestyle*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di Kota Malang, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

1. Variabel *Lifestyle*, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang.
2. Variabel *Lifestyle* (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang.
3. Variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang.
4. Variabel Kualitas Produk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pihak iPhone (Apple store) sudah memberikan kualitas produk yang sangat baik kepada pengguna iPhone, namun diharapkan lebih memperhatikan dari segi segi perbaikan jika iPhone mengalami kerusakan dan memberikan

keterjangkauan harga bagi masyarakat yang ingin menggunakan iPhone sebagai alat komunikasinya.

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan variabel bebas lainnya seperti citra perusahaan, *Brand image*, dan yang lainnya, serta melakukan penelitian pada objek yang berbeda, sehingga dapat memberikan pengaruh lebih baik lagi terhadap suatu perusahaan/organisasi dan khususnya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Bernard E. Silaban, H. A. (2017). analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Esensi*, 20(2), 1–28.
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). *Skripsi*, 1–107.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.
<https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>
- Nisa', U. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*), Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Konsumen Dunia Cell, Pare-Kediri). *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 2(4), 21–44. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>

Santoso, S. (2012). Panduan Lengkap SPSS Versi 20. In *PT Elex Media Komputindo*.

Sari, H. P., & Rahmawaty, P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Desain dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5, 1–18.

Setiyawan, Y. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. 1–14.

