

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari Banjarmasin)**

Delia Ramadhani ¹, Dwi Wahyu Artiningsih ², Syahrani ³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM16310548

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1119056501

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1125097401

Email : ramadhani.delia0548@gmail.com

ABSTRAK

Delia Ramadhani, 2020, Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari Banjarmasin), Pembimbing I : Dwi Wahyu Artiningsih, Pembimbing II : Syahrani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh brand image, (2) kualitas produk dan (3) gaya hidup terhadap (4) keputusan pembelian *iPhone* pada mahasiswa dan mahasiswi pengguna *iPhone* di Universitas Islam Kalimantan Muahmmad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa semester 7 dan 5 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari Banjarmasin yang menggunakan *iPhone*, dengan sampel sebanyak 70 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) brand image, (2) kualitas produk dan (3) gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap (4) keputusan pembelian *iPhone* pada

mahasiswa dan mahasiswi pengguna *iPhone* di Universitas Islam Kalimantan Muahmmad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. (5)Gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap (6) keputusan pembelian *iPhone* pada mahasiswa dan mahasiswi pengguna *iPhone* di Universitas Islam Kalimantan Muahmmad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Kata kunci: brand image, kualitas produk, gaya hidup, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Delia Ramadhani 2020, The Influence Of Brand Image, Product Quality, and Life Style Towards Decision To Purchase Iphone (Study of Students at the Faculty of Economics of Kalimantan Islamic University Muhammad Arsyad Al - Banjari Banjarmasin) Mentor I : Dwi Wahyu Artiningsih, Mentor II : Syahrani.

This study aims to determine (1) the influence of brand image, (2) product quality and (3) lifestyle of (4) iPhone purchase decisions on student iPhone users at Kalimantan Islamic University Muhammad Arsyad Al - Banjari Banjarmasin Banjarmasin.

The population used in this study is all students at the Faculty of Economics of Kalimantan Islamic University Muhammad Arsyad Al - Banjari Banjarmasin who use the iPhone, with a sample of 70 respondents. Sampling technique is nonprobability sampling using that convenience sampling technique. The data was collected by questionnaire technique. Data analysis method used is multiple linear regression analysis, classical assumption test, F test, t test, coefficient of determination.

The results of this study indicate that the (1) brand image, (2) product quality and (3) lifestyle (4) simultaneously influence the decision to purchase the iPhone users at Kalimantan Islamic University Muhammad Arsyad Al - Banjari Banjarmasin Banjarmasin.. (5) Lifestyle influence partially to (6) iPhone purchase decision users at Kalimantan Islamic University Muhammad Arsyad Al - Banjari Banjarmasin Banjarmasin..

Keywords: brand image, product quality, lifestyle, purchasing decision.

DAFTAR PUSTAKA

<https://id.priceprice.com/harga-hp/news/Smartphone-Terbaik-Layak-Dinantikan-4513/>

[https://databoks.katadata.co.id/tags/smatphone/-](https://databoks.katadata.co.id/tags/smatphone/)

<https://core.ac.uk>

<https://scholar.google.co.id>

https://id.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc.#Aktivitas_perusahaan

<https://id.wikipedia.org/wiki/IPhone>

https://id.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc.

Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

<https://blog.blanja.com/intip-perkembangan-teknologi-iphone-dari-masa-ke-masa/>

Ratri. 2007. Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang.

Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro Semarang.

<http://mayoranaherlambang.blogspot.com/2014/03/strategi-pemasaran-apple-marketing.html>

Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa. Andi Yogyakarta. 2006.

<https://www.tempo.co/read/kolom/2015/10/02/2310/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia>

<https://shopsmart.co.id/trending/sejarah-iphone-dari-generasi-pertama/>

<https://www.spssstatistik.com/menentukan-jumlah-sampel-berdasarkan-rumus-slovin/>

Blackwell Miniard Engel Pai Norjaya Wan Jooria 2011. Consumer Behavior

Fandy Tjiptono, Ph.D. 2011. Manajemen & Strategi Merek

Farida Yulianti. 2019 Panduan Penyusunan dan Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

<https://www.spssindonesia.com/2017/04/analisis-korelasi-rank-spearman.html>

<http://muh94.blogspot.com/2016/05/cara-membaca-t-tabel-dan-dasar-pengambilan-keputusan-dalam-uji-t.html>

<https://mufaesa.blogspot.com/2016/04/tabel-nilai-kritis-f-uji-f.html>

<https://drive.google.com/open?id=1sJrr-njWwAq6BzXGEoNgdRCq-72-c351>

<https://saveasbrand.com/pengertian-brand-image-yang-harus-anda-ketahui/>

<https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>

<http://manjpejualan.blogspot.com/2016/04/gaya-hidup.html>

Mullins, Orville, Larreche dan Boyd. 2005. "Marketing Management : A Strategic, Decision Making Approach, 6th edition. Penerbit McGraw-Hill New York City

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html>

<http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas-produk.html>

https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup

Kotler, Philip. 1995. Marketing jilid II. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1. edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga

Kotler, Philip. 2011. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta : Penerbit Salemba Empat Widjaja.

Kotler, Philip. 2012. Marketing Manajemen Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Bernard T. Widjaja (2009). Lifestyle Marketing. SERVILIST: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa Dan Lifestyle. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama.

<http://rizalaruna.blogspot.com/2014/10/sistem-manajemen-sistem-organisasi-dari.html>

Bilson, Simamora. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Cetakan Ketiga. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

<https://ryanzzeka.wordpress.com/2014/10/19/struktur-organisasi-dan-manajemen-dari-perusahaan-di-bidang-industri-teknologi/comment-page-1/>