

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI BANJARMASIN)**

**Fahruji Saputra<sup>1\*</sup>, Muthia Harnida<sup>2</sup>, Abdurrahim<sup>3</sup>**

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 2003010026

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1105036601

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1105088902

Email :fahruji3004@gmail.com

**Abstrak:** Adapun tujuan pada penelitian ini untuk menguji pengaruh Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis korelasional.

Hasil penelitian di ketahui bahwa (1)Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai t-hitung sebesar 5.223 yang lebih besar dari nilai t-tabel. (2)Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai t-hitung sebesar 4.289 yang lebih besar dari nilai t-tabel. (3)Kualitas produk dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin. Hasil uji ANOVA atau F-test menunjukkan tingkat signifikansi (nilai Sig.) sebesar 0.000, yang menandakan bahwa kedua variabel independen ini (kualitas produk dan gaya hidup) secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian (Y). Nilai R yang tinggi, yaitu 0.802, mengindikasikan adanya hubungan kuat dan positif antara kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian. Selain itu, nilai Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0.644 menunjukkan bahwa sekitar 64.4% variabilitas dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan gaya hidup

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

*Abstrack : The objective of this research is to examine the influence of product quality and lifestyle on the purchase decisions of iPhone smartphones among students at the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.*

*This study employs a quantitative research method with a correlational type. The results show that (1) product quality has a significant influence on the purchase decisions of iPhone smartphones among students at the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, with a significance value of 0.000 and a t-count value of 5.223, which is greater than the t-table value. (2) Lifestyle also has a significant influence on the purchase decisions of iPhone smartphones among these students, with a significance value of 0.000 and a t-count value of 4.289, which is greater than the t-table value. (3) Product quality and lifestyle simultaneously have a significant influence on the purchase decisions of iPhone smartphones among these students. The ANOVA or F-test results show a significance level (Sig. value) of 0.000, indicating that both independent variables (product quality and lifestyle) together influence purchase decisions (Y). A high R value of 0.802 indicates a strong and positive relationship between product quality, lifestyle, and purchase decisions. Additionally, the coefficient of determination (R Square) value of 0.644 indicates that approximately 64.4% of the variability in purchase decisions can be explained by product quality and lifestyle.*

*Keywords: Product Quality, Lifestyle, Purchase Decisions*

## DAFTAR REFERENSI

- Al Shabiyah, R. (2019). *Gaya Hidup*. Jakarta
- Amstrong, G. (2016). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup*. Jakarta
- Argitama, A. (2020). *Keputusan Pembelian*. Dalam Rinaldi, R., Wahyuni, S., & Waloejo, L. (2020). Jakarta
- Brata, B., Husani, S., & Ali, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 123-136.
- Counter Global Stats. (2022). *Penjualan Merek Smartphone di Indonesia Tahun 2018 – 2022*.
- Counter Point Research. (2022). *Global Smartphone Market Share*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dahlan, D. (2019). *Keputusan Pembelian*. Dalam Rinaldi, R., Wahyuni, S., & Waloejo, L. (2020). Jakarta
- Gani, L., & Amalia, R. (2015). *Multivariate Analysis with SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kirana, E. K. (2018). *Consumer Behavior*. Surabaya
- Kotler, P. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Marta, A. P. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 51-63.
- Oktavian, A. P. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Mahasiswa S1 Ma Angkatan 2012-2014 Ur Negeri Surabaya)*. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 62-74.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Priyatno, D. (2019). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rinaldi, R., Wahyuni, S., & Waloejo, L. (2020). *Keputusan Pembelian*. Jakarta
- Rumondor, L., Tumbel, L., & Ogi, W. J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 78-85.
- Simamora, B. (2016). *Memenangkan Pasar dengan CRM*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2016). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta
- Simamora, B. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan*

- Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani, N. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 87-99.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Award. (2022). *Top Brand For Teens Index*.
- Towoliu, J. E. S., & Tumbuan, W. J. F. A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 214-223.
- Ulfa, R., dkk. (2014). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 45-58.
- Umar, H. (2018). *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Umar, H. (2018). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- We Are Social. (2024). *Data Pengguna Smartphone di Indonesia*.
- Wibowo, W., & Riyadi, R. (2017). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: Penerbit E.
- Yuriananda, A. V. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STIESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 123-137.
- Zukhrufani, & Zakiy, M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 99-110.