

## **Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone Smartphone di Kota Semarang**

**DIAN ZULFANI**

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102206@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Pesatnya pertumbuhan pasar telepon pintar dalam beberapa tahun terakhir membuat persaingan yang ketat. Salah satunya adalah iPhone. Dengan keunggulan yang ditawarkan yang pesaingnya tidak memiliki itu membuat iPhone masih berlaku di Indonesia. Hal ini didukung oleh semua tipe iPhone yang dikeluarkan untuk memperluas pasar. Penelitian ini digunakan untuk menganalisis dan mendiskusikan pengaruh gaya hidup, fitur dan harga dari keputusan pembelian iPhone. Penelitian ini difokuskan pada orang-orang muda yang dilakukan di i-store Paragon Mall di Semarang dengan jumlah 100 responden. Data analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 4 hipotesis terbukti. Koefisien determinasi 0,846 yang berarti pengaruh gaya hidup, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone adalah 84,6%. Sedangkan sisanya 15,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Maka hipotesis lain diterima pada penelitian ini.

Kata Kunci : gaya hidup, fitur, harga, keputusan pembelian, iphone

## **The Influence of Lifestyle, Features, and Price on Purchasing Decision of iPhone in Semarang**

**DIAN ZULFANI**

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102206@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

The rapid growth of the smartphone market in recent years make a tough competition. One of them is the iPhone. With the advantages offered which is not owned by the competitors makes the iPhone still applies in indonesia. It is supported by all types of iPhone incurred to expand the market. This research aims to analyze and discuss the influence of lifestyle, features, and prices on purchasing decision of iPhone. This study is focused on young people in the i-Store Paragon Mall Semarang with 100 respondents. The data are analyzed using multiple linear regresion. The result of the study reveals that 4 hypothesis is proved. The coefficient of determination is 0.846, which means the influence lifestyle, features, and price on purchasing decision of iPhone is 84.6 %. While the remaining 15.4% is influenced by other variables outside of this study. This, another hypothesis is accepted in this study.

Keyword : lifestyle, feature, price, purchase decision, iPhone