

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE APPLE IPHONE
(Studi Konsumen Produk Iphone Dikalangan Mahasiswa STIE PGRI
Dewantara Jombang)**

ABSTRAK Oleh:

**Putri Lailis Syarifah
2061317**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple iPhone di kalangan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Apple Inc., perusahaan multinasional yang didirikan pada 1 April 1976, terkenal karena kemampuannya menggabungkan perangkat keras dan perangkat lunak dengan sangat baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research* untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, dengan melibatkan 100 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis melalui uji-t dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan citra merek secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian iPhone. Penelitian ini memberikan kontribusi berharga dalam bidang pemasaran, terutama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Gaya hidup, Citra merek, Keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND BRAND IMAGE ON THE
PURCHASE DECISION OF APPLE IPHONE SMARTPHONE
PRODUCTS**
**(Consumer Study of Iphone Products Among College Students at STIE PGRI
Dewantara Jombang)**

ABSTRACT By:

**Putri Lailis Syarifah
2061317**

**Mentor:
Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM**

This research aims to analyze the influence of lifestyle and brand image on the decision to purchase an Apple iPhone smartphone among STIE PGRI Dewantara Jombang students. Apple Inc., a multinational corporation founded on April 1, 1976, is renowned for its ability to seamlessly combine hardware and software. This research uses a quantitative approach with explanatory research methods to test hypotheses and explain the relationship between the variables studied, involving 100 respondents. Data analysis methods use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing via t-test and coefficient of determination (R^2) with the help of SPSS 25. The results show that lifestyle and brand image positively and significantly influence iPhone purchasing decision. This research provides a valuable contribution to the field of marketing, especially in understanding the factors that influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Lifestyle, Brand image, Purchasing decisions.