

PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Shiffa Rizky Aulia¹, Krisna Mutiara Wati²

INTISARI

Latar Belakang: Persaingan ketat di pasar ponsel pintar menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. iPhone sebagai produk teknologi tinggi, dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan daya tariknya di tengah meningkatnya ekspektasi konsumen. Kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek menjadi elemen penting yang diyakini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan harapan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Penelitian: Metode analisis penelitian menggunakan sumber data primer dengan jenis penelitian diskriptif kuantitatif menggunakan alat bantu pengujian SPSS 27. Uji yang dilakukan meliputi uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Data yang digunakan diperoleh menggunakan kuesioner penelitian kepada 162 orang responden secara *online*.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone. Secara parsial masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel independent. Uji R^2 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh sebesar 58,7% terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kesimpulan: Variabel kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: *Citra Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian*

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Ahmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Ahmad Yani Yogyakarta

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE, AND BRAND
IMAGE ON IPHONE PURCHASE DECISIONS IN THE SPECIAL REGION
OF YOGYAKARTA**

Shiffa Rizky Aulia¹, Krisna Mutiara Wati²

ABSTRACT

Background: Intense competition in the smartphone market requires companies to understand the factors influencing consumer purchasing decisions. As a high-tech product, the iPhone faces the challenge of maintaining its appeal amid rising consumer expectations. Product quality, lifestyle, and brand image are important elements that are believed to significantly affect purchasing decisions. This study examined how these three factors influence iPhone purchasing decisions in the Special Region of Yogyakarta, hoping to provide insight for companies in formulating more effective marketing strategies.

Objective: To determine the partial and simultaneous effects of product quality, lifestyle, and brand image on iPhone purchasing decisions in the Special Region of Yogyakarta.

Method: The research analysis method uses primary data sources with quantitative descriptive research using SPSS 27 testing tools. The tests include instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The data was obtained using a research questionnaire to 162 respondents online.

Results: The results showed that the variables of product quality, lifestyle, and brand image positively affected iPhone purchasing decisions. Partially, each independent variable has a positive effect on the dependent variable. Simultaneously, the three independent variables positively affect the independent variable. The R² test shows that the variables of product quality, lifestyle, and brand image have an effect of 58.7% on iPhone purchasing decisions in the Special Region of Yogyakarta.

Conclusion: Product quality, lifestyle, and brand image variables positively affect iPhone purchasing decisions in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Product Quality and Purchase Decision

¹ Management Student (S-1) Jenderal Ahmad Yani Yogyakarta University

² Management Lecturer (S-1) Jenderal Ahmad Yani Yogyakarta University