

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK IPHONE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bengkalis)**

Nama : Sofia Mariza Putri
NIM : 5103201427
Pembimbing : Tri Handayani, S.E., M. Si

ABSTRAK

Iphone dikenal sebagai simbol gaya hidup modern yang banyak diminati oleh masyarakat, termasuk di Kecamatan Bengkalis. Meskipun harganya cukup tinggi namun tetap memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan dengan merek lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone di Kecamatan Bengkalis. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dikecamatan Bengkalis yang menggunakan *smartphone* merek iPhone dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan uji t dan uji f dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND REFERENCE GROUP
ON PURCHASING DECISIONS FOR IPHONE BRAND
SMARTPHONES
(Case Study Bengkalis Community)**

Student name : Sofia Mariza Putri
Student ID Number : 5103201427
Supervisor : Tri Handayani, S.E., M.Si

ABSTRACT

The iPhone is known as a symbol of a modern lifestyle which is in great demand by the public, including in Bengkalis District. Even though the price is quite high, it still has a strong appeal compared to other brands. This research aims to analyze the influence of lifestyle and reference groups on purchasing decisions for iPhone brand smartphones in Bengkalis District. This type of research is associative research with a quantitative approach. Sampling was carried out using non-probability sampling techniques. The data collection technique was carried out using a questionnaire. The population in this research is people in Bengkalis subdistrict who use iPhone brand smartphones with a sample of 100 consumers. The data analysis used is multiple linear regression analysis. From the results of research that has been carried out based on the t test and f test, it can be concluded that lifestyle and reference groups have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision*