

# **PENGARUH *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE**

## **(Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis)**

Nama Mahasiswa : Ranita Uli Manalu  
NIM : 5103211561  
Dosen Pembimbing : Bustami, S.ST., M.Si

### **ABSTRAK**

iPhone telah menjadi simbol gaya hidup modern yang merepresentasikan status, kualitas, dan citra diri, termasuk di kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. Meskipun dengan harga yang relatif tinggi, *smartphone* ini tetap memiliki daya tarik kuat dibandingkan merek lain karena dinilai mampu memenuhi kebutuhan fungsional sekaligus gaya hidup konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian iPhone di kalangan mahasiswa. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis pengguna iPhone, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil uji *t* menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam memahami perilaku konsumen generasi muda serta kontribusi praktis bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan gaya hidup konsumen, khususnya pada segmen pengguna produk premium seperti iPhone.

**Kata Kunci:** iPhone, Keputusan Pembelian, *Lifestyle*, Pemasaran, Mahasiswa

# **PENGARUH *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis)**

*Name of Student* : Ranita Uli Manalu  
*Student ID Number* : 5103211561  
*Supervisor* : Bustami, S.ST., M.Si

## ***ABSTRACT***

*The iPhone has become a symbol of modern lifestyle that represents status, quality and self-image, including among Bengkalis State Polytechnic students. Even with a relatively high price, this smartphone still has a strong appeal compared to other brands because it is considered capable of meeting the functional needs as well as the lifestyle of its consumers. This study aims to analyze the effect of lifestyle on iPhone purchasing decisions among students. The approach used is quantitative with associative research type. The research population was students of Politeknik Negeri Bengkalis who used iPhone, with a sample of 100 respondents selected through purposive sampling technique. Data was collected through distributing questionnaires and analyzed using simple linear regression, after going through validity, reliability, and classical assumption tests. The t test results show that lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions. These findings provide a theoretical contribution in understanding the behavior of the younger generation of consumers as well as a practical contribution for businesses in designing marketing strategies that are in accordance with consumer lifestyles, especially in the user segment of premium products such as iPhones.*

**Keywords:** *iPhone, Lifestyle, Marketing, Purchasing Decision, Students*