

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate and analyze the relationship and impact of lifestyle on purchase decisions iPhone. This study uses three dimensions to describe the lifestyle variables (X), activities, interest, and opinions. As for the variable of interest (Y) using five dimensions, namely the introduction of requirements, identification of needs, evaluation of alternatives, purchase decision, and post-purchase behavior. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents by Insidental sampling method. Distributing questionnaires to the respondents at the University of Bina Nusantara. The analysis in this study used validity, reliability test, normality test, correlation test, F test, and simple linear regression, by using SPSS 17. From the research, the results achieved are the influence of lifestyle on purchase decisions iPhone amounted to 16.6%.(M) and has a significant relationship between lifestyle with purchasing decisions iPhone. (RA)

Keywords: *Lifestyle, Purchase Decisions, Iphone*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan dan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian iphone. Penelitian ini menggunakan tiga dimensi untuk menggambarkan variabel gaya hidup (X), yaitu aktivitas, minat, dan opini. Sedangkan untuk variabel keputusan pembelian (Y) menggunakan lima dimensi, yaitu pengenalan kebutuhan, pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. **Metode penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan metode insidental sampling. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden di lingkungan Universitas Bina Nusantara. **Analisis** dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi, uji F, dan uji regresi linear sederhana, dengan menggunakan SPSS 17. **Hasil penelitian** yang dicapai adalah adanya pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian iphone sebesar 16,6%. (M) dan mempunyai hubungan yang cukup signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian iphone. (RA)

Kata Kunci : Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Iphone