

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi pada Konsumen Iphone di Kota Malang)**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Septian Dwi Cahyono
201710160311532**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Konsumen iPhone di Kota Malang)

Oleh:

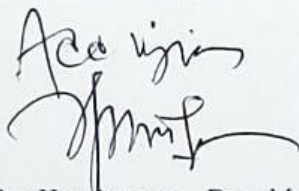
Septian Dwi Cahyono

201710160311532

Malang, 15 Februari 2024

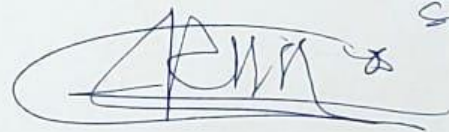
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Eko Handayanto, Drs. M.M.

Pembimbing I



Dr. Erna Retna Rahadjeng, Dra., M.M.

Acc
Sidiq

SKRIPSI

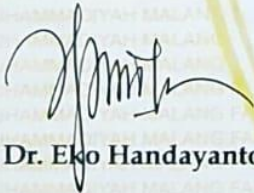
PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi pada Konsumen iPhone di Kota Malang)

Oleh :

Septian Dwi Cahyono
201710160311532

Diterima dan disetujui
pada tanggal 24 Februari 2024

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,



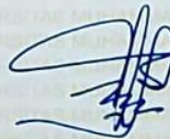
Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi pada Konsumen iPhone di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Septian Dwi Cahyono

NIM : 201710160311532

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Februari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

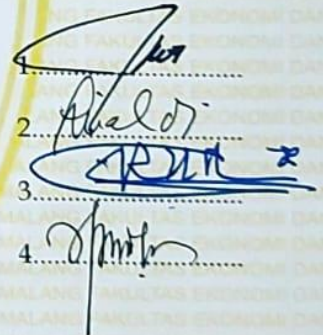
Susunan Tim Penguji:

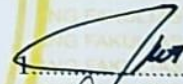


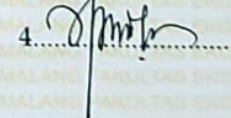
Penguji I : Prof. Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Penguji III : Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.



1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septian Dwi Cahyono
NIM : 201710160311532
Program Studi : Manajemen
Surel : septiandwic87@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (palahiarisme) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima saksi akademi, dan saksi – saksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, 16 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Septian Dwi Cahyono

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi pada Konsumen Iphone di Kota Malang)**

Septian Dwi Cahyono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
septiandwic87@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menguji dan menganalisis Citra merek dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Populasi pada pebelitia ini adalah konsumen yang membeli smartphone iPhone di Kota Malang, dengan sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Karakteristik responden yaitu minimal satu kali membeli smartphone iPhone, responden berusia 17 sampai dengan lebih dari 45 tahun, bertempat tinggal di Kota Malang. Teknik sampling menggunakan purposive sampling. Penelitian ini dilakukan pada bulan 17 Oktober 2022 dengan menyebarkan kuesioner online melalui googleform. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji f, uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Citra Merek dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON IPHONE
BUYING DECISIONS***

(Study on Iphone Consumers in Malang City)

Septian Dwi Cahyono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Septiandwic87@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and analyze brand image and lifestyle on purchasing decisions. The population in this research is consumers who buy iPhone smartphones in Malang City, with a sample used of 96 respondents. The characteristics of the respondents are at least one time buying an iPhone smartphone, respondents aged 17 to more than 45 years, residing in Malang City. The sampling technique used purposive sampling. This research was conducted on October 17, 2022 by distributing online questionnaires via googleform. Data analysis techniques using multiple linear regression, t test, simultaneous test (f test), classical assumption test. The results of this study concluded that Brand Image and Lifestyle have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Allah SWT, karena limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen Iphone Di Kota Malang)”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kesempurnaan dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni iman dan islam.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak jauh dari kekurangan dan keterbatasan, namun berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak termasuk dosen pembimbing keterbatasan dapat diminimalkan. Sebagai ucapan rasa syukur, maka peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Dr.Dra. Idah Zuhro, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Prof. Dr. Widayat, M.M selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Nurul Asfiah, M.M, selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

5. Dr. Eko Handayanto, M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dan banyak tambahan ilmu dalam setiap kesulitan pada penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dan banyak tambahan ilmu dalam setiap kesulitan pada penyusunan skripsi hingga selesai.
7. Kepada Kedua Orangtua Saya Ayah Duraeni Alm. Dan Ibu Suyati yang sudah merawat, menyayangi, mengasihi, mendoakan serta mendukung saya sendirian selama ini hingga berada pada tahap menjadi seorang Sarjana.
8. Kepada kakak, adik, keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan penuh
9. Kepada teman – teman kuliah saya yossi, ilfi, nofa, ilham, ega, henri, jimmi, gandi, hudha, dea, nurul, yang selama ini senantiasa mendukung saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir saya.
10. Kepada teman – teman bermain saya djibril, eren, diba, gandes, nadhia, rizky, jordan, sabok, riris yang selalu mendorong dan memberi saya semangat dalam mengerjakan tugas akhir saya.

Malang, 22 Februari 2024

Peneliti

Septian Dwi Cahyono

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	9
C. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Penelitian terdahulu	11
B. Tinjauan Landasan Teori	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian.....	30
1. Lokasi Penelitian.....	30
2. Populasi dan Sampel	31
B. Definisi Operasional Variabel.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Alat Pengukuran Data	35
E. Uji Instrumen Penelitian	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Rentang Skala	36
2. Uji Asumsi Klasik	38
3. Uji Koefisien Determinasi (R square).....	39
4. Analisis Linier Berganda	40
5. Uji Parsial (uji t).....	40

6. Uji Simultan (Uji Statistik F)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Karakteristik Responden	43
1. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
2. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan domisili	44
3. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia.....	44
4. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	45
5. Persepsi responden berdasarkan pendapatan/Uang Saku	46
6. Distribusi jawaban responden	47
a. Variabel citra merek X1	47
b. Variabel gaya hidup X2	48
c. Variabel keputusan pembelian Y	49
a. Uji Validitas	50
BAB V Kesimpulan dan Saran	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN - LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Worldwide Top 5 Smartphone Sales to End Users by Vendor	6
Tabel 1.2 Top Brand Index Smartphone	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	35
Tabel 3.3 Perhitungan Skala.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik responden.....	43
Tabel 4.2 Persepsi responden berdasarkan domisili	44
Tabel 4.3 Persepsi responden berdasarkan usia	44
Tabel 4.4 Persepsi responden berdasarkan pekerjaan	45
Tabel 4.5 Persepsi responden berdasarkan pendapatan/Uang Saku.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Citra Merek (X1).....	47
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Gaya Hidup (X2).....	48
Tabel 4.8 Deskripsi jawaban responden keputusan pembelian (Y)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1), Gaya Hidup (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1), Gaya Hidup (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R Square)	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.16 Hasil Uji t	57
Tabel 4.17 Hasil Uji F	58

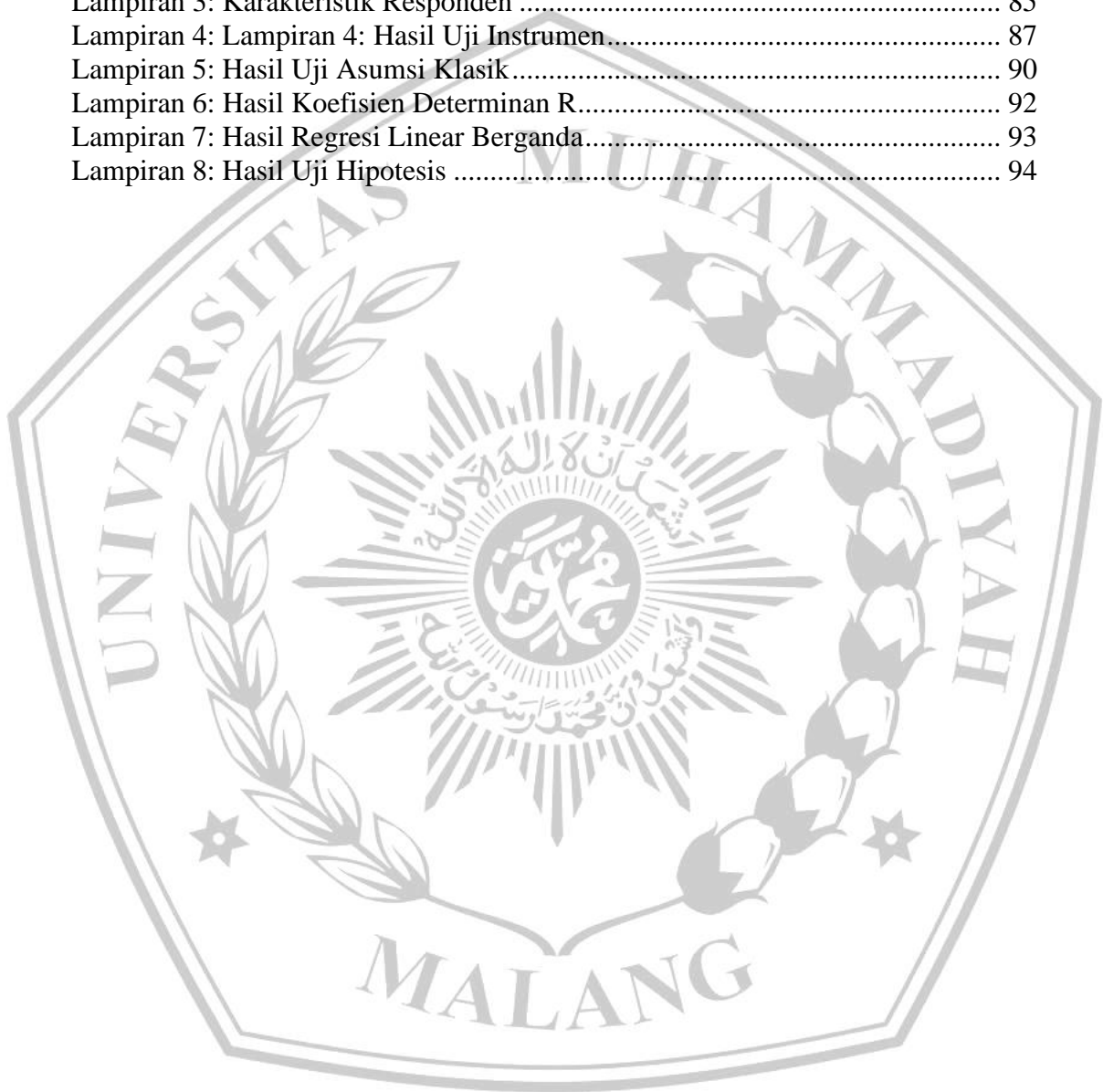
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Share of Apple in the mobile phone market Indonesia 2013-2023 ...	8
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2: Tabulasi Data Responden Pengaruh Citra Merek (X1), Gaya Hidup (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).....	80
Lampiran 3: Karakteristik Responden	85
Lampiran 4: Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen.....	87
Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 6: Hasil Koefisien Determinan R.....	92
Lampiran 7: Hasil Regresi Linear Berganda.....	93
Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis	94



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. D. (2020). Pengaruh Life Style, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi. *Jurnal EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(1), 18–21. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i1.49>
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10638>
- Akbar, M., Lubis, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 322–333. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/10428/10130>
- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, Brand Image on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>

Amilia, S., & Nst asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Anandarajan, S., & Arunadevi, P. (2016). Consumer behaviour towards lifestyle marketing-issues and concepts. *Asia Pacific Journal of Research*, 2(Xxxvii), 202–207.

<https://scholar.archive.org/work/hlrfypqkfnchvh2syqfs6xan3u/access/wayback/http://www.apjor.com/downloads/1104201640.pdf>

Andi, R. T., & Ali, M. M. (2019). Analysis of the Influence of Lifestyle on Purchasing Decision for Samsung Smartphone Products in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, 4(4).
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.4.72>

Auliyah, N., Karindra, L., Nurmala, I., Masyarakat, K., & Airlangga, U. (2022). Hubungan antara Karakteristik, Intensitas Penggunaan Smartphone dan Niat dengan Kecenderungan Nomophobia pada Remaja SMA di Surabaya. 13, 486–500.

Ayuningtias, T., & W, H. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Prabayar di Kota Semarang (Studi Kasus pada Pengguna Kartu XL Prabayar di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Political*, 1(1), 1–6.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2017.16620>

Badjamal, F. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.31970/trend.v7i2.175>

Badjamal, F. A., Rezal, M., Kamal, Latoki, L., Amad, Saidi, I. M., & Ningsih. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli HanphoneMerek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, Vol 7(2), 1–11.

Czinkota, M. R., Kotabe, M., Vrontis, D., & Shams, S. M. R. (2021). Marketing Management: Past, Present and Future. In *SSRN Electronic Journal* (fourth). Springer. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3630924>

Dian, S., & Prajanti, W. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.15294/JEEC.V8I1.29636>

Fauziah, A., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey pada Karyawan PT. Ajinomoto Indonesia Karawang Factory Departemen Sajiku). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 820. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1017>

Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). In D. Novidiantoko & E. R. Fadilah (Ed.), *Perilaku Konsumen (Sikap dan*

Pemasaran) (1 ed.). Deepublish.

Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goasduff, L. (2022). *Gartner Says Worldwide Smartphone Sales Declined 6% in Fourth Quarter of 2021*. Gartner. <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-03-01-4q21-smartphone-market-share>

Harianja, E. B., Sitompul, R., & Husna, M. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan). *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 2021*, 2, 589–597. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep2021.v2i1>

Iskuntianti, N. D., Faisal, M. A., Naimah, J., & Sanjaya, V. F. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 436–448. <https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>

Izza, Bayu, W. (2019). Ketahui 10 Kelebihan iPhone yang Tidak Bisa Dilakukan HP Android. *Idntimes.Com*. <https://www.idntimes.com/tech/gadget/izza-namira-1/kelebihan-iphone-yang-tidak-dimiliki-android>

Jamila, P., & Siregar, S. (2022). The Influence Of Brand Image And Lifestyle On Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 9–19. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>

Kausuhe, J. N., Worang, F. G., & Munawan, E. M. (2021). the Influence of Brand Image and Country of Origin on Purchase Decision of Oppo Smartphone in Manado Pengaruh Citra Merek Dan Negara Asal Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Manado. *207 Jurnal EMBA*, 9(1), 207–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32041>

Kim, R. B., & Chao, Y. (2019). Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies*, 12(3), 9–21. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-3/1>

Kotle, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Libre Texts.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). In L. Albelli (Ed.), *Pearson* (17 ed.). Pearson education limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management **MARKETING MANAGEMENT** Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (15 ed.). Pearson.

Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 422. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.304>

Masrani, J., & Syamsuri, A. R. (2019). Pengaruh Brand Image, Price Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Kedokteran Methodist Medan. *Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu*, 4(3), 1–9. <https://doi.org/10.36987/informatika.v4i3.234>

Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy Contributing Authors* (13 ed.). Mc Graw Hill Education. www.mhhe.com

Mulyati, V., & Hariyanto, D. (2021). Perception Of Students On The Apple Smartphone As A Lifestyle. *Academia Open*, 4, 1–14. <https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2029>

Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). The Effect of Lifestyle , Brand

Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492.
<https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT20MAR122.pdf>

Norbaiti, N., & Rahmi, W. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 80–91.
<https://doi.org/10.47747/jismab.v1i2.96>

Nursing management: past, present and future. (2021). *Nursing mirror*, 149(9), 880.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-66916-4>

Orr, A. (2023). *Apple's plan to saturate all ages with iPhone, iPad and Mac is working (consumer Intelligence Research Partners (CIRP))*.
<https://appleinsider.com/articles/23/03/08/apples-plan-to-saturate-all-ages-with-iphone-ipad-and-mac-is-working>

Pradiani, T., & Ningtyas, D. C. W. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Theresia Pradiani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ASIA Malang Email : thdiani12@gmail.com Dwi Citra Wahyu Ningtyas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ASIA Malang Email : dwicitra.94@gmail.com*
Pendahuluan. 15(2), 73–78.

Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A.,

Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlana, N. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)* (Hartini (Ed.); 1 ed.). Media sains Indonesia.

Radiansyah, A., Bastaman, A., & Purwandaya, B. (2019). Social Media , Lifestyle , and Product Branding to Buying Decision on Millenial Generation : A Study on Smartphone Purchases by a group of College Student. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, 6(1), 1–7.

Raditya, B., Yuliati, L. N., & Krisnatuti, D. (2019). Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality and After-Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smartphones. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 19–32. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.03>

Rizky Saleh Tabalema, M., Sriwidodo, U., & Sumaryanto. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Dengan Word of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(4), 442–449. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/1364/1196>

Sari, R. D., Sartika, D. D., Soraida, S., Sriwijaya, U., Sriwijaya, U., Sriwijaya, U., & Sriwijaya, U. (2023). Iphone dalam perspektif nilai tanda dan simbol di kalangan mahasiswa fisip unsri *. *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi*, 17, 1–16.

Sitorus, C. V., Maolana, A., & Se, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandug Tahun 2019. *e-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 637–644.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/viewFile/10120/9976>

Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala-Repositori IMWI*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52851/cakrawala.v3i1.35>

Statista. (2023). *Share of Apple in the mobile phone market in Indonesia from 2013 to October 2023*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/1258390/indonesia-apple-share-in-mobile-phone-market/>

Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sugiyono, P. D. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Prof. Dr. Sugiyono (Ed.)). Alfabeta.

Top Brand Index Smartphone. (2022). TOP BRAND. <http://www.topbrandaward.com>

Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di

Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1096–1105.

Wirayuanty, W., & Suyatno, A. (2015). The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74–80. https://scholar.google.com.sg/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=iXADw-sAAAAJ&citation_for_view=iXADw-sAAAAJ:WF5omc3nYNoC

Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/39411/36142>

Yanti, R. B. (2020). Gaya Hidup Brand Minded Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 401. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5359>

12%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	3%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper	1%
5	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	1%
6	repository.teknokrat.ac.id Internet Source	1%
7	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
9	id.noordermarketing.com Internet Source	1%

10	id.123dok.com Internet Source	1%
11	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%

Exclude quotes OnExclude matches < 1%Exclude bibliography On