

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE 14 MELALUI CITRA  
MEREK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar**  
**201910160311196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE 14 MELALUI CITRA MEREK  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Oleh :

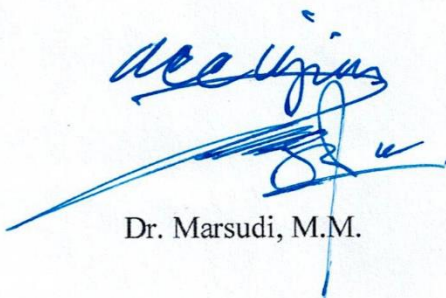
**Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar**

**201910160311196**

Malang, 11 Maret 2024

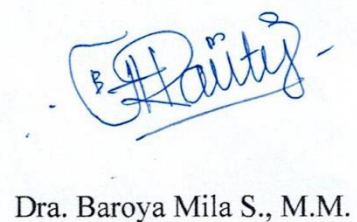
Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II



Dra. Baroya Mila S., M.M.

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SMARTPHONE IPHONE 14 MELALUI CITRA MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Oleh :

**Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar**

**201910160311196**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 16 Maret 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,

  
Dr. Marsudi, M.M.

  
Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

  
Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

  
Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE 14 MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar

NIM : 201910160311196

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 16 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Penguji III : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhron, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar

NIM : 201910160311196

Program Studi : Manajemen

Surel : [rayhandzikri@gmail.com](mailto:rayhandzikri@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 (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan kebutuhan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 11 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE 14 MELALUI CITRA MEREK  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jalan Raya Tlogomas Nomor 246 Malang  
E-mail: [rayhandzikri@gmail.com](mailto:rayhandzikri@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk (1) mendeskripsikan tanggapan konsumen tentang Gaya Hidup, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian pada iPhone 14, (2) untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Citra Merek konsumen pada iPhone 14, (3) untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada iPhone 14, (4) untuk menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada iPhone 14, (5) untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen melalui Citra Merek pada iPhone 14. Jenis survei yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan iPhone 14 di Malang. Teknik analisis data menggunakan model *Partial Least Square* (PLS). Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) tanggapan konsumen tentang gaya hidup dan citra merek dalam kategori baik serta keputusan pembelian dalam kategori mantap, (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (5) citra merek tidak mampu memediasi hubungan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meninjau kembali indikator-indikator yang akan digunakan, memperluas variabel, terutama menggunakan variabel citra merek sebagai variabel moderator.

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

***THE EFFECT OF LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION OF IPHONE 14  
SMARTPHONE PRODUCTS THROUGH BRAND IMAGE AS AN  
INTERVENING VARIABLE***

Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar  
Management Department  
Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah Malang University  
Street Raya Tlogomas Number 246 Malang  
E-mail: [rayhandzikri@gmail.com](mailto:rayhandzikri@gmail.com)

***ABSTRACT***

*The research aimed to: (1) describe consumer responses regarding Lifestyle, Brand Image, and Purchasing Decisions on iPhone 14, (2) analyze the influence of Lifestyle on consumer Brand Image on iPhone 14, (3) analyze the influence of Lifestyle on consumer Purchasing Decisions on iPhone 14, (4) analyze the influence of Brand Image on consumer Purchasing Decisions on iPhone 14, (5) analyze the influence of Lifestyle on consumer Purchasing Decisions through Brand Image on iPhone 14. A quantitative survey with a sample size of 150 respondents was employed. The population for this research was consumers who had purchased and used iPhone 14 in Malang. The Partial Least Square (PLS) model was utilized for data analysis. The research concluded that: (1) consumer responses regarding lifestyle and brand image were in the good category, and purchasing decisions were in the excellent category, (2) lifestyle had a positive and significant effect on brand image, (3) lifestyle had a positive and significant influence on purchasing decisions, (4) brand image did not have a significant effect on purchasing decisions, and (5) brand image was unable to mediate the relationship between lifestyle and purchasing decisions. It is recommended that future research review the indicators that will be used, expand the variables, especially using brand image as a moderator variable.*

***Keywords:*** Lifestyle, Brand Image, Purchase Decisions

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE 14 MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Marsudi, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Baroya Mila Shanty, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II & Dosen Wali Manajemen D 2019 Universitas Muhammadiyah Malang yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.



6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Teristimewa kepada orang tua saya yaitu Alm. Bapak Ahmad Nahar Zaenuddin, Ibu Emmy Yorhanita, dan Bapak Rachmanto, serta keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Teruntuk Nahda Tarisha Diningrum sebagai partner spesial saya, terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung, menghibur, dan memberi semangat untuk terus maju dalam segala hal selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Tak lupa juga saya sampaikan terima kasih kepada organisasi daerah Keluarga Pelajar Mahasiswa Balikpapan (KPMB) Malang, yang merupakan keluarga serta tempat saya berproses di Malang, 4 tahun saya berproses mulai dari anggota, staff pengurus, sekretaris umum, hingga menjadi penasihat organisasi saat ini.
10. Seluruh pihak yang telah membantu, memberikan masukan, dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya berikan, semoga segala kebaikan mereka dibalas berlipat-lipat ganda oleh Allah SWT. Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Malang, 11 Maret 2024



Rayhan Dzikri Abdillah Rahmat Akbar

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA .....	vi
ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Landasan Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Pikir dan Perumusan Hipotesis .....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian .....	33
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	34
D. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	35
E. Definisi Operasional Variabel.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian Karakteristik Responden .....	44
B. Distribusi Jawaban Responden.....	49
C. Uji Instrumen Penelitian.....	51
D. Hasil Rentang Skala .....	56
E. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	60
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73

DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN PENELITIAN.....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Top 10 Smartphone Global Laku H1-2023</i> .....	22
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1. Penilaian Skala Likert .....	36
Tabel 3.2. Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.3. Interpretasi Skor Rentang Skala .....	38
Tabel 4.1. Responden Menurut Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2. Responden Menurut Usia .....	46
Tabel 4.3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.4. Responden Menurut Pekerjaan Saat Ini .....	48
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Gaya Hidup .....	49
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Merek .....	50
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.8. <i>Outer Loadings</i> .....	52
Tabel 4.9. <i>Cross Loadings</i> .....	53
Tabel 4.10. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	54
Tabel 4.11. <i>Composite Reliability</i> .....	55
Tabel 4.12. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	55
Tabel 4.13. Rentang Skala Variabel Gaya Hidup .....	57
Tabel 4.14. Rentang Skala Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4.15. Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4.16. <i>R-Square</i> .....	60
Tabel 4.17. Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	62
Tabel 4.18. Hasil <i>Indirect Effect</i> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Top Brand Index Smartphone</i> (2019-2023).....	5
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
Gambar 4.1. Hasil PLS <i>Algorithm</i> .....	56
Gambar 4.2. Hasil PLS <i>Boothstrapping</i> .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Hasil Jawaban 150 Responden .....	84
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Responden Penelitian.....	88
Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS 4.0.....	94



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Jogiyanto. 2011. *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (Buku)*. Andi Yogyakarta
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media Yogyakarta
- Anastuti, K. U., Arifin, Z., & Wilopo. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang). *J. Adm. Bisnis*, 7(1), 1-9.
- Andriani, A. D., & Menuk Sri, C. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research*, 2(1), 194–207.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badjamal, A. F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*. Vol. 7 No. 2.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dian, S., & Prajanti, W. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11.
- Fahusni, F. (2023, August 23). Soal Penjualan iPhone 14 Pro Max Masih Teratas, tapi Masih Kalah dari Series Sebelumnya. Selular.Id. <https://selular.id/2023/08/soal-penjualan-iphone-14-pro-max-masih-teratas-tapi-masih-kalah-dari-series-sebelumnya/>
- 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>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *Jurnal Ecobisma*, 5(1).

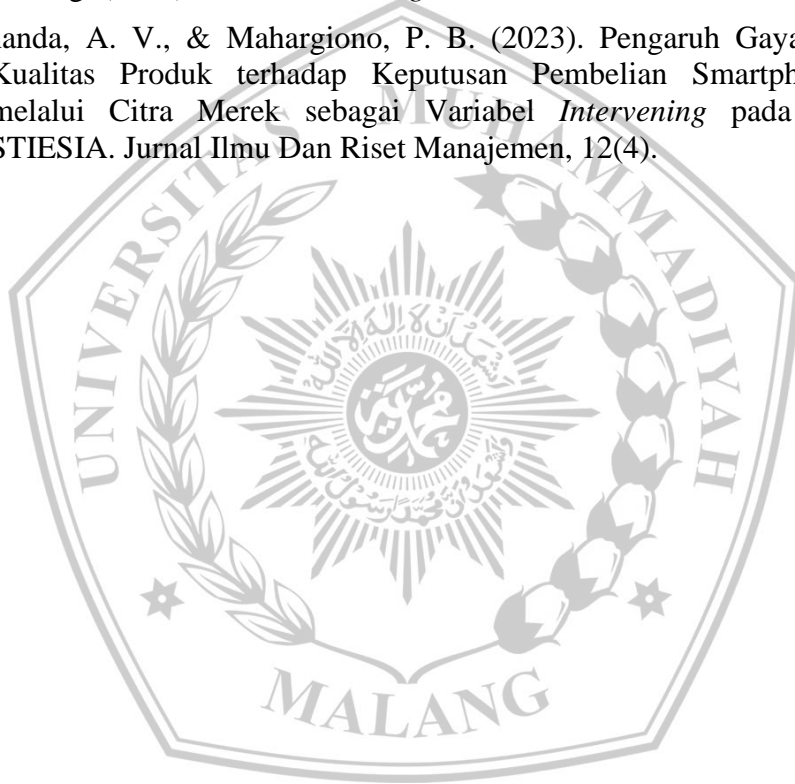
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J. F. Black W. C. Babin B. J. & Anderson R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition Pearson New International)*. Pearson Education Limited.
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi :Denokan Pustaka.
- Husein, Umar. 2010. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indahyanti, Uce dan Arif Djunaedy. 2013. Pengukuran Penerimaan Instruktur terhadap Teknologi *Learning Management System* Menggunakan Modifikasi Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). *Jurnal Sistem Informasi* Volume 4, Nomor 4 Maret 2013.
- Jaya, I. G., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural dengan *Partial Least Square*. *Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika 2008* (pp. 118132). Yogyakarta: FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta
- Kenneth E. C., dan Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications*. England: Pearson.
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk *Fashion* melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Kinasih, B. P. (2020). Pengaruh *Country Of Origin* dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* melalui Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Ekobis Dewantara*, 3(1).
- Kotler, P dan Keller, L. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran* . Edisi Milenium. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Jakarta Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Alih. Bahasa: Benyamin Molan. In Jilid 2. Jakarta: Erlangga.



- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12, Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, Moh. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 7(2), 152–164.
- Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metodelogi Penelitian, Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Citapustaka Media
- Mercy, 2014. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Nokia di Kota Padang (Studi Kasus pada Kecamatan Padang Barat dan Lubuk Kilangan), *Economica Journal of Economic and Economic Education* Vol.2 No.2 (174 - 182).
- Murniati, Monika Palupi, Warastuti, Yusni, Purnamasari, St. Vena. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: UNIKA Soegijapranata.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Edunomic*, 7(2).
- Ndraha, J. F., Ernawati, R., & Wigunawati, E. (2021). Gambaran Gaya Hidup dan Pembentukan Identitas Diri Remaja yang Senang Mengunjungi Kafe. *Jurnal Selaras*, 4(2), 109–120.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2).
- Peter, J. 2010. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Pradiani, T., & Ningtyas, D. C. W. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Akademika*, 15(2). Retrieved From <https://jurnal.stieimalang.ac.id/index.php/jak/article/view/119>
- Pratama, A., Setianingsih Rahayu, & Fikri, K. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Kota Pekanbaru. *SNEBA*, 3, 252–264.
- Sanjaya, Tjong William. (2016). Faktor Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Bang Kribo. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Ciputra Surabaya, Vol. 1, No. 3, Agustus.
- Santoso, D. S. (2011). *Consumer Complicity* pada Produk Bajakan. Skripsi. Universitas Atma jaya Yogyakarta.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Kencana), 148.
- Sholiha, E. U. N., Salamah, M. (2015). *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur (2013). *Jurnal Sains dan Seni ITS*, Vol.4, No. 2
- Singal, S., Koleangan, R., & Sepan, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Lokasi terhadap Minat Menonton di Bioskop Cgv Blitz Cinemas Manado. *Jurnal Emba*, 7(3), 3009–3018.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala – Repositori IMWI*, 3(1).
- Sugihartati. 2010. *Membaca Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi & Purwanto. 2008. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28. [Http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb/Article/View/125](http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb/Article/View/125)
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, hlm.335-337
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Supriyadi, E., Mariani, S. & Sugiman. (2017). Perbandingan Metode *Partial Least Square* (PLS) dan *Principal Component Regression* (PCR) untuk Mengatasi Multikolinearitas pada Model Regresi Linear Berganda. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2): 117-128
- Swatama, I. G. A. A., & Warmika, I. G. K. (2022). Peran Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone yang Dimediasi oleh Sikap (Studi pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar). *E-Jurnal Manajemen*, 11(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i06.p09>

- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Top Brand Award*. (2023). *Top Brand Index Smartphone 2023*. Diakses 20 November 2023, dari [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=10&id\\_subkategori=166](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=10&id_subkategori=166)
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yimin Zhang, (2015). *Financial Management*, Jakarta.
- Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone melalui Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa STIESIA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4).



# Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone iPhone 14 Melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening

## ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[ejournal.unitomo.ac.id](http://ejournal.unitomo.ac.id)

Internet Source

3%

2

[jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id](http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id)

Internet Source

2%

3

[etheses.uin-malang.ac.id](http://etheses.uin-malang.ac.id)

Internet Source

2%

4

[download.garuda.kemdikbud.go.id](http://download.garuda.kemdikbud.go.id)

Internet Source

2%

5

[eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id)

Internet Source

2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On