

<b>Accepted:</b> Oktober 2021	<b>Revised:</b> November 2021	<b>Published:</b> Desember 2021
----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

**Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Konsumen Dunia Cell, Pare-Kediri)**

**Umi Khoirun Nisa'**

Institut Agama Islam Faqih Asy'ari (IAIFA) Kediri, Indonesia

*e-mail: umikhoirunnisa67@gmail.com*

**Siti Kalimah**

Institut Agama Islam Faqih Asy'ari (IAIFA) Kediri, Indonesia

*e-mail: Sitikalimah01@gmail.com*

***Abstract***

*The purchase decision is an act of consumers to choose the preferred product with a variety of existing choices or in the presence of other alternatives. In this thesis entitled "The Influence of Lifestyle, price and product quality on smartphone purchasing decisions during the COVID-19 pandemic (Case Study in Pare-Kediri Cell World)". The purpose of this study was to analyze the effect of lifestyle, price and product quality on smartphone purchasing decisions during the COVID-19 pandemic. This research is a quantitative research, with data collection techniques in this study using questionnaires and interviews. The sampling technique used is probability sampling technique with random sampling method. then obtained a sample of 96 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis and partial and simultaneous hypothesis testing. The results of this study indicate that the variables of lifestyle, price and product quality have a partial influence on smartphone purchasing decisions. It is proven by the lifestyle variable that has a sig value.  $< 0.05$  and  $t_{count} 5.055 > 1.9860$  ttable, the price has a value of  $t_{count} 4.668 > 1.9860$  ttable, and the value of product quality is  $t_{count} 2.201 > 1.9860$  ttable. With the results of the simultaneous test (F) on the three variables, together have a significant effect on purchasing decisions with a sig value.  $0.000 < 0.05$  and  $t_{count} 236, 705 > 2, 703$  t table. With an R Square value of 0.885 or 88, 5%.*

**Keywords:** *lifestyle; price; and product quality*

### Abstrak

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk memilih produk produk yang disukai dengan berbagai pilihan pilihan yang ada atau dengan adanya alternatif lain. Dalam skripsi ini berjudul “Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*), harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di masa pandemic covid -19 (Studi kasus di Dunia Cell Pare-Kediri)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*lifestyle*), harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di masa pandemic covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *random sampling*. kemudian diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisa yang di gunakan adalah analisis uji regresi linear berganda dan uji hipotesis secara parsial dan simultan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable gaya hidup (*lifestyle*), harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone. Dibuktikan dengan variable gaya hidup memiliki nilai  $\text{sig.} < 0,05$  dan nilai  $t_{\text{hitung}} 5,055 > 1,9860 t_{\text{tabel}}$ , harga memiliki nilai sebesar nilai  $t_{\text{hitung}} 4,668 > 1,9860 t_{\text{tabel}}$ , dan nilai kualitas produk sebesar nilai  $t_{\text{hitung}} 2,201 > 1,9860 t_{\text{tabel}}$ . Dengan hasil dari uji secara simultan (F) pada ketiga variable, bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $\text{sig.} 0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{\text{hitung}} 236,705 > 2,703 t_{\text{tabel}}$ . Dengan nilai nilai *R Square* sebesar 0,885 atau sebesar 88,5 %.

**Kata kunci:** *gaya hidup; harga; dan kualitas produk*

### Pendahuluan

Dalam era digital, kehidupan tidak bisa dipisahkan dari teknologi sekarang ini, yang semakin bertambah pesat. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dari masa ke masa, dalam kehidupan manusia teknologi merupakan kebutuhan yang sangat penting. Hampir disemua kehidupan kita teknologi telah tersebar luas. Di hampir setiap kegiatan kita sehari hari selalu memasukkan teknologi. Salah satunya yang memasuki kehidupan kita adalah teknologi komunikasi. Teknologi telekomunikasi saat ini berkembang sangat pesat. Ini karena kebutuhan komunikasi manusia semakin meningkat. Manusia secara naluriah akan selalu berusaha untuk saling berkomunikasi. Manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan berbagai keperluan, mencari teman, menunjukkan keinginan, saling bertukar pikiran antar sesama, dan memenuhi kebutuhan kerja.

Kebutuhan manusia terus berkembang dan menjadi lebih kompleks dengan adanya teknologi dan komunikasi. Perusahaan saling bersaing untuk terpenuhinya kebutuhan dan permintaan konsumen yang semakin beraneka ragam. Dari tahun ke tahun kebutuhan akan handphone terus meningkat dan mengalami kemajuan, karena saat ini pola konsumen dalam mengkonsumsi yang selalu berharap bisa mendukung kegiatannya dan membantu menyelesaikan kegiatannya dengan mudah. Media teknologi dan informasi semakin mudah dan praktis digunakan di era saat ini. Jika dulu hanya bisa menggunakan telepon telepon umum atau hanya bisa digunakan di rumah tidak bisa di bawa kemana mana, sekarang telepon bisa dibawa dan digunakan dimana mana. Bahkan di era digital ini, dengan munculnya ponsel pintar atau smartphone.

Salah satu jenis gadget yang sering digunakan adalah smartphone. Karena selain bisa digunakan untuk telepon dan mengirim pesan teks smartphone saat ini dilengkapi dengan berbagai fitur yang canggih dan mudah digunakan, seperti bermain game, memutar musik, berfoto dan internet yang bisa digunakan untuk menjelajah dunia luar dan menjadi pencari informasi yang mudah digunakan, seperti google, facebook, Instagram dan lain lain. Karena ini lah smartphone sangat dibutuhkan dan digunakan di setiap aktivitas yang kita lakukan. Seperti bekerja, bersosialisasi, berbelanja dan berbagai kegiatan lain yang kita lakukan, karena hal ini lah menjadikan smartphone sebagai pilihan penting dalam kehidupan dan menjadi gaya hidup masyarakat. Apalagi di masa sekarang ini dimana Indonesia sedang terjangkit virus Corona (Covid-19).

Covid 19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang menyerang system pernafasan manusia. Kota Wuhan China adalah kota yang pertama kali menemukan virus Covid-19 pada tahun 2019. Hampir di semua negara termasuk Indonesia, virus ini telah menyebar dengan sangat cepat, hanya selang waktu beberapa bulan. Karena hal inilah *lockdown* diterapkan untuk mencegah penyebaran virus Corona, seperti kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang di berlakukan di Indonesia oleh pemerintah untuk menekan penyebaran virus ini. Dimana juga berdampak pada dunia perekonomian dan pendidikan yang cukup signifikan. Sehingga hampir seluruh daerah di Indonesia mengubah system tatap muka menjadi kerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH), pembelajaran tatap muka menjadi “belajar dari

rumah” atau pembelajaran jarak jauh (PJJ) atau *Study Form Home* (SFH) atau daring.<sup>1</sup>

Teknologi Daring ini sangat membantu untuk semua orang dalam berkomunikasi secara tatap muka dengan menggunakan perangkat. Ini dikarenakan virus Corona (Covid-19) dapat menyebar dengan mudah melalui interaksi sesama manusia terlebih lagi jika manusia tersebut mengalami flu atau batuk. Untuk menghindari hal hal tersebut maka Pemerintah mengambil kebijakan untuk bekerja dari rumah dengan tidak meninggalkan tugas pokok kita dalam bekerja. Dengan teknologi daring salah satunya smartphone inilah di harapkan dapat mendukung kegiatan bekerja, belajar-mengajar dan kegiatan lainnya. Dimana dalam kegiatan-kegiatan itu menunjukkan bahwa bukan hanya sebagai sarana komunikasi saja tapi smartphone juga menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Seperti yang disampaikan Rhenald Kasali, bagaimana seorang menghabiskan waktu dan uangnya sebagai prinsip dari gaya hidup itu sendiri. Dimana seseorang dipengaruhi oleh gaya hidupnya untuk menentukan pilihan atau keputusan yang mereka pilih.<sup>2</sup>

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yaitu *lifestyle* atau gaya hidup konsumen, harga produk dan kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut ketika memilih produk untuk memasuki tahap keputusan pembelian produk. Pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli produk sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dengan sifat dinamis dan cenderung berubah ubah dari perilaku konsumen, agar risiko kehilangan pangsa pasar yang berujung pada penurunan penjualan produk dapat terhindar maka, perusahaan di tuntut untuk selalu melakukan antisipasi.

Di masa sekarang gaya hidup masyarakat banyak dipengaruhi oleh adanya modernisasi dalam berbagai bidang mulai dari bekrja, berfashion, berbelanja online, menjelajah dunia luar dan lain lain. Sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan penyesuaian dengan mengikuti perkembangan yang terjadi. Apalagi di masa adanya pandemi Covid-19 ini, dimana masyarakat di anjurkan untuk tetap dirumah, meghindari kontak sosial secara langsung agar

---

<sup>1</sup> Burhan Nurdin, “Masa Depan Pendidikan di Era New Normal”, <https://islamic-education.uui.ac.id>, 25 Juni 2020. Diakses tanggal 4 April 2021.

<sup>2</sup> Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007). 225

mencegah penyebaran virus Corona ini, sehingga masyarakat membutuhkan teknologi yang dapat menunjang aktivitas di rumah seperti bekerja maupun belajar mengajar, seperti penggunaan teknologi berupa smartphone. Dimana dari sinilah peneliti mengambil variable gaya hidup untuk di teliti karena gaya hidup menjadi salah satu faktor penentu yang penting dalam pengambilan keputusan.

Harga produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen selain faktor gaya hidup. Harga mengacu pada jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan atau jumlah yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan. *Price* membahas tentang uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Harga dapat mendorong orang untuk membeli produk. Harga dan hukum permintaan tidak dapat dipisahkan, yaitu "jika harga dinaikan maka permintaan akan produk akan turun. Sebaliknya, jika harga diturunkan maka permintaan terhadap produk juga akan meningkat". Oleh karena itu, perusahaan harus memperlakukan harga produk sebagai strategi penjualan. Kebijakan penetapan harga dapat diterapkan di setiap tingkat organisasi, yaitu kebijakan harga produsen, grosir dan pengecer.<sup>3</sup> Penyesuaian harga dengan kualitas produk harus dilakukan oleh perusahaan sebelum produk di ditawarkan, untuk menentukan harga suatu produk, karena minat pembelian suatu produk akan lebih tinggi jika harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas produk.

Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen, selain gaya hidup dan harga yang akan dijelaskan dalam penelitian ini. Kualitas produk adalah semua fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang bergantung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dibutuhkan yang disampaikan secara tersirat.<sup>4</sup> Konsumen dapat puas dengan pelayanan dan kualitas produk yang diberikan ditunjukkan dengan pembelian secara berulang ulang dari konsumen. Sebaliknya jika kualitas produk yang diberikan kurang baik, konsumen akan beralih ke produk sejenis lainnya. Dalam berbagai hal, dalam keputusan pembelian kualitas produk menjadi pertimbangan yang serius bagi konsumen yang menginginkan kualitas produk yang sesuai dengan yang diinginkan. Oleh karena itu, untuk menjaga kepercayaan konsumen, maka perusahaan harus mampu menjaga kualitas produk melalui target produk yang terstandarisasi.

---

<sup>3</sup> Alma Buchari, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2016). 202

<sup>4</sup> Kevin Lane Keller dan Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, kedua belas (Jakarta: PT. Index, 2009). 124

Dunia Cell adalah salah satu toko yang menjual berbagai merek smartphone yang dibangun pada tahun 2003 oleh Bapak Frenki, Dunia Cell beralamatkan di Jl. A. Yani Timur No.57, Pare, Kec. Pare, Kediri. Dunia Cell tidak hanya menjual produk smartphone tetapi juga aksesoris HP, laptop dan juga printer, dari hasil wawancara yang penulis lakukan, peneliti mendapatkan informasi bahwa pada saat adanya pandemi Covid-19 ini penjual smartphone juga mengalami penurunan pada bulan bulan pertama yaitu antara Juni sampai November, penjualan produk hanya mencapai 20-30 buah produk perharinya. Tapi setelah diberlakukannya era *new normal* ini dan banyaknya masyarakat yang membutuhkan smartphone untuk melakukan aktivitas mereka, penjualan smartphone mengalami kenaikan hingga 75%, dan sampai saat ini penjualan tetap stabil antara kurang lebih 50 buah produk smartphone terjual setiap harinya. Bahkan jika toko ramai penjualan bisa mencapai 60-70 produk perhari. Selain di jual secara offline Dunia Cell juga melakukan penjualan secara online mulai lewat beberapa aplikasi atau melakukan promosi di social media. Bahkan sekarang Dunia Cell sudah memiliki 4 cabang, di daerah Pare-Kediri sendiri telah membuka cabang Dunia Cell 2 yang beralamatkan di Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 13 B, Puhrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri.<sup>5</sup>

### Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif yang digunakan untuk penelitian kuantitatif dalam bentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, yang dijadikan populasi untuk penyebaran angket atau kuesioner adalah konsumen dari Dunia Cell. Yang akan digunakan adalah jenis *simple random sampling* karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan yang ada dalam populasi namun representatif, karena populasinya tidak terbatas dan data jumlah konsumen yang membeli produk smartphone tidak diketahui.<sup>7</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik wawancara kepada pihak pihak terkait dan

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Hamam di Toko Dunia Cell 1 kota Pare pada 03 April 2021 pukul 12.00-12.30.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014). 7

<sup>7</sup> Sugiono, op. cit.,56

juga Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan angket yaitu berisi pernyataan yang harus di isi oleh responden dengan menggunakan skala likert.

## Hasil dan Pembahasan

### *Karakteristik Responden*

#### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	45	47 %
2.	Perempuan	51	53 %
<b>Jumlah</b>		96	100

Dari diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 45 orang atau sebesar 47 % dan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang atau sebesar 53 %. Perbedaan jumlah laki laki dan perempuan sebesar 6 %, berdasarkan hasil peneliatian jumlah konsumen Dunia Cell di dominasi responden berjenis kelamin perempuan.

#### b. Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

#### **Karakteristik responden berdasarkan Usia**

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
	15 – 25 Tahun	27	28 %
	26 - 35 Tahun	36	38 %
	36 – 45 Tahun	29	30 %
	> 45 Tahun	4	4 %
<b>Jumlah</b>		96	100

Usia responden yang datang ke Dunia Cell, terbanyak berusia antara 26 sampai 35 tahun yaitu sebanyak 36 atau sebesar 38 % dan terkecil yaitu usia > 45 Tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4 %. Sedangkan pada usia antara 15-25 tahun sebanyak 27 orang atau sebesar 28 % dan tidak beda jauh dengan usia antara 36-45 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2 %. Jadi ini menunjukkan konsumen atau responden terbanyak Dunia Cell yaitu antar usia 26-35 tahun.

#### c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3****Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
	SD	1	1%
	SMP	16	17 %
	SMA/SMK	61	63 %
	Diploma	18	19 %
<b>Jumlah</b>		96	100

Tabel di atas menunjukkan responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, yaitu SD sebanyak 1 orang atau sebesar 1%, SMP sebanyak 16 orang atau 17 %, SMA/SMK sebanyak 61 orang atau sebesar 63% dan Diploma sebesar 18 orang atau sebesar 19 %. Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen atau responden terbanyak di Dunia Cell di dominasi pada tingkat pendidikan terakhir tingkat SMA/ SMK dan terendah pada tingkat pendidikan terakhir SD.

## d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4****Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentasi (%)
	Pelajaran / Mahasiswa	9	9 %
	PNS	7	7 %
	Ibu Rumah Tangga	11	12 %
	Karyawan Swasta	45	47 %
	Wiraswasta	24	25 %
<b>Jumlah</b>		96	100

Dari tabel di atas diperoleh data bahwa responden Dunia Cell terbanyak dilihat dari pekerjaan yaitu pada pekerjaan karyawan swasta yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 47 % dan pengunjung terendah pada pekerjaan PNS yaitu sebesar 7 orang atau sebesar 7 %. Dan untuk pekerjaan yang lain sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 9 orang atau sebesar 9 %, untuk Ibu Rumah Tangga sebanyak 11 orang atau sebesar 12 % dan untuk Pekerjaan Wiraswasta sebanyak 24 orang atau sebesar 25%.



## Hasil

### a) Uji Validitas Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ )

**Tabel. 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ )**

Variabel	No. Item	R	Keterangan
Gaya Hidup ( $X_1$ )	1	0,665	Valid
	2	0,835	Valid
	3	0,839	Valid
	4	0,758	Valid
	5	0,832	Valid
	6	0,862	Valid
	7	0,795	Valid
	8	0,870	Valid
	9	0,855	Valid
	10	0,824	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup ( $X_1$ ), dari 10 butir pernyataan yang diajukan, seluruh data valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2006). Hasil ini signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10 %, yang berarti seluruh item pernyataan dapat digunakan.

### b) Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )**

Variabel	No. Item	R	Keterangan
Harga ( $X_2$ )	1	0,938	Valid
	2	0,942	Valid
	3	0,914	Valid
	4	0,885	Valid
	5	0,889	Valid
	6	0,872	Valid

Sumber : data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa variabel harga ( $X_2$ ), dari 6 butir pernyataan yang diajukan, seluruh data valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2006). Hasil ini signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10 %, yang berarti seluruh item pernyataan dapat digunakan.

**c) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ )**

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ )**

Variabel	No. Item	r	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_3$ )	1	0,863	Valid
	2	0,840	Valid
	3	0,880	Valid
	4	0,904	Valid
	5	0,860	Valid
	6	0,833	Valid
	7	0,871	Valid
	8	0,803	Valid

Sumber : data primer yang di olah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ), dari 8 item pernyataan yang diajukan, seluruh data valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2006). Hasil ini signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10 %, yang berarti seluruh item pernyataan dapat digunakan.

**d) Uji Variabel Validitas Keputusan Konsumen**

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Variabel keputusan Pembelian konsumen (Y)**

Variabel	No. Item	R	Keterangan
Keputusan pembelian Konsumen (Y)	1	0,872	Valid
	2	0,864	Valid
	3	0,829	Valid
	4	0,757	Valid
	5	0,801	Valid
	6	0,803	Valid
	7	0,896	Valid
	8	0,879	Valid
	9	0,890	Valid
	10	0,863	Valid

Sumber : data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Konsumen (Y), dari 10 item pernyataan yang diajukan, seluruh

data valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2006). Hasil ini signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10 %, yang berarti seluruh item pernyataan dapat digunakan.

Dari tabel-tabel tersebut, Hasil yang tersedia menunjukkan bahwa dari 34 item pernyataan yang diberikan kepada 96 responden, nilai *Corrected Item Total Corelation* lebih besar dari nilai 0,206 ( $r_{tabel}$ ), yang berarti valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang disampaikan kepada responden untuk setiap variabel dalam penelitian ini dapat mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

## 1. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabel. 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Gaya Hidup ( $X_1$ )	0,94	10	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0,956	6	Reliabel
Kualitas Produk ( $X_3$ )	0,947	8	Reliabel
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	0,954	10	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Pengujian reliabilitas dalam tabel di atas Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha ( $\alpha$ ) semua variabel penelitian relatif besar, yaitu  $> 0,7$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukuran masing-masing variabel dalam angket reliabel, artinya angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket Sangat Baik.

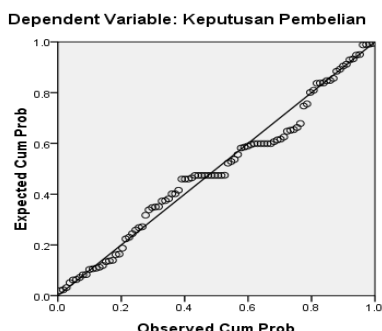
## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal atau tidak.

**Gambar 4.5 Grafik P-Plot Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer diolah

Dari grafik P-P plot diatas terlihat bahwa data menyebar disekitar diagonal dan searah dengan diagonal sehingga dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal. Untuk mengkonfirmasi hasil uji normalitas di atas, maka peneliti melakukan uji *Kolmogorovsmirnov* dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51507905
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.931
Asymp. Sig. (2-tailed)		.351

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji diatas, terlihat nilai *Asymp. Sign.* Memiliki nilai 0,351 yang berarti  $> 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa, data yang di uji pada peelitian ini terdistribusi secara normal dan layak untuk dignakan dalam penelitian.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai tolerance dan variance inflation faktor (VIF), dimana nilai tolerance harus lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.196	1.623		-.121	.904		
	Gaya Hidup	.405	.080	.375	5.055	.000	.227	4.414
	Harga	.636	.136	.395	4.668	.000	.174	5.754
	Kualitas Produk	.278	.126	.216	2.201	.030	.130	7.701

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, hasilnya menunjukkan bahwa nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, yang dinyatakan sebagai nilai toleransi gaya hidup 0,227, harga 0,174, dan kualitas produk 0,130. Nilai VIF gaya hidup sebesar 4.414, harga sebesar 5.754, dan kualitas produk sebesar 7.701. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dari segi data tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika, *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Uji Heterokedastisitas dilakukan dengan melihat tabel *coefficient*, jika nilai *sign.*  $> 0,05$  maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 4.12**  
**Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.815	1.022		2.754	.007		
Gaya Hidup	-.003	.050	-.013	-.061	.951	.227	4.414
Harga	-.158	.086	-.449	-1.838	.069	.174	5.754
Kualitas Produk	.092	.080	.328	1.159	.249	.130	7.701

a. Dependent Variable:  
Abs\_Res

Dari tabel 4.12 diatas didapat data bahwa nilai sign. variabel gaya hidup sebesar 0,951, variabel harga sebesar 0,069 dan kualitas produk sebesar 0,249. Dimana dari ketiga data tersebut ketiganya memiliki nilai  $> 0,05$  sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga variabel tidak ada heteroskedastisitas

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi diantara anggota observasi yang terletak berderetan, biasanya terjadi pada data *time series*. Dan untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut ini :

- b.  $1,65 < DW < 2,35$  maka tidak ada korelasi
- c.  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$ , maka tidak dapat disimpulkan.
- d.  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$  maka terjadi autokorelasi.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.941 <sup>a</sup>	.885	.882	2.556	2.033

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa, tidak terjadi Autokorelasi, hal ini dibuktikan bahwa nilai *Durbin – Watson* pada *Model Summay* adalah sebesar 2,033. Jadi karena  $1,65 < 2,033 < 2,35$  maka tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Serta menguji hipotesis penelitian yang dikemukakan di atas. Dalam penelitian ini dilakukan analisis untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis regresi linear berganda di sajikan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.196	1.623		-.121	.904
	Gaya Hidup	.405	.080	.375	5.055	.000
	Harga	.636	.136	.395	4.668	.000
	Kualitas Produk	.278	.126	.216	2.201	.030
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen						

Sumber : data primer di olah.

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,196 + 0,405 X_1 + 0,636 X_2 + 0,278 X_3 \text{ atau}$$

Minat keputusan pembelian =  $-0,196 + 0,405 (\text{Gaya Hidup}) + 0,636 (\text{harga}) + 0,278 (\text{kualitas produk})$  maka :

- a. Konstanta sebesar  $-0,196$  menyatakan bahwa jika variabel gaya hidup ( $X_1$ ), Variabel harga ( $X_2$ ), dan variabel kualitas produk ( $X_3$ ) bernilai nol maka, keputusan pembelian bernilai  $-0,196$ .
- b. Koefisien variabel gaya hidup ( $X_1$ ) sebesar  $0,405$ , yang artinya jika variabel gaya hidup ditingkatkan 1 satuan maka, keputusan pembelian smartphone akan meningkat (karena tanda positif) sebesar  $0,405$
- c. Koefisien harga ( $X_2$ ) sebesar  $0,636$ , yang artinya jika variabel harga dinaikkan 1 satuan maka, keputusan pembelian smartphone akan meningkat sebesar  $0,636$
- d. Koefisien Kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar  $0,278$ , yang artinya jika variabel kualitas produk dinaikkan 1 satuan maka, keputusan pembelian smartphone akan mengalami kenaikan sebesar  $0,278$ .

#### 4. Uji Hipotesis

##### a) Uji t (Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau variabel individu yang termasuk dalam bagian model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis hipotesis pertama, kedua dan ketiga dan keempat.

Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y, dengan ketentuan  $\alpha = 0,05$  maka

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 96-3-1) \\
 &= (0,025 ; 92) && \text{di lihat di t tabel (lampiran)} \\
 &= 1,98609
 \end{aligned}$$



**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.196	1.623		-.121	.904		
	Gaya Hidup	.405	.080	.375	5.055	.000	.227	4.414
	Harga	.636	.136	.395	4.668	.000	.174	5.754
	Kualitas Produk	.278	.126	.216	2.201	.030	.130	7.701
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								
Sumber : data primer diolah								

- 1) Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi “gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone”

Dengan ketentuan :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

$H_1$  : Ada pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

Ketentuan :

a) Jika signifikansi uji  $t < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

b) Jika signifikansi uji  $t > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Dalam tabel *coefficients* diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :  $\text{sig.} < \alpha$   $0,000 < 0,05$ . Dan dalam tabel diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 5,055 dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,98609$ , maka :  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = 5,055 > 1,986$

karena nilai  $\text{sig.} < \alpha$  dan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka disimpulkan untuk  $H_0$  di tolak, yang berarti ada pengaruh faktor Gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian smartphone.

- 2) Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi : “harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone”

dengan ketentuan :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

$H_1$  : Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

Ketentuan :

a) Jika signifikansi uji  $t < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

b) Jika signifikansi uji  $t > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Dalam tabel *coefficients* diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka : sig.  $< \alpha$

0,000  $< 0,05$ . Dan dalam tabel diperoleh nilai  $t_{hitung}$  4,668 dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,98609$ , maka :

$$t_{hitung} > t_{tabel} = 4,668 > 1,986$$

karena nilai sig.  $< \alpha$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka disimpulkan untuk  $H_0$  di tolak, yang berarti ada pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian smartphone.

- 3) Untuk rumusan masalah yang ketiga dengan hipotesis yang berbunyi :  
“kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone”  
dengan ketentuan :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

$H_1$  : Ada pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

Ketentuan :

a) Jika signifikansi uji  $t < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

b) Jika signifikansi uji  $t > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Dalam tabel *coefficients* diperoleh nilai sig. sebesar 0,030 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka : sig.  $< \alpha$

0,030  $< 0,05$ . Dan dalam tabel diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,201 dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,98609$ , maka :

$$t_{hitung} > t_{tabel} = 4,668 > 1,986$$

karena nilai sig.  $< \alpha$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka disimpulkan untuk  $H_0$  di tolak, yang berarti ada pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian smartphone.

### b) Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh variabel bebas (variabel independen) secara bersama sama yaitu dengan menggunakan teknik *statistic* uji F. Pada penelitian ini, Uji F digunakan untuk menganalisis hipotesis ke empat, yaitu yang berbunyi “adakah pegaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone”.

Dengan ketentuan :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

$H_1$  : Ada pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone di masa Pandemi Covid-19 pada konsumen Dunia Cell.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Uji F Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$**

#### ANOVA<sup>b</sup>

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4638.399	3	1546.133	236.705	.000 <sup>a</sup>
	Residual	600.934	92	6.532		
	Total	5239.333	95			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber : data primer yang diolah

Dalam tabel 4.16 tabel Anova diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 236, 705 dengan tingkat signifikansi 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :

$Sig. < \alpha = 0,000 < 0,05$

$t_{hitung} 236, 705 > 2,703 t_{tabel}$

Karena nilai  $sig. < \alpha$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang berarti faktor gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di Dunia Cell berpengaruh secara simultan dalam keputusan pembelian smartphone.

## 5. Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.17**  
**Hasil Analisis Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.941 <sup>a</sup>	.885	.882	2.556

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga

Sumber : data primer yang diolah

Koefisien determinasi terletak pada tabel model *summary* dan tertulis *R square* yang sudah disesuaikan. Berdasarkan output di atas diketahui nilai *R Square* sebesar 0,885, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara simultan terhadap variabel  $Y$  adalah sebesar 88,5 %.

### ***Analisis Data***

Dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden, diperoleh data yang diolah dengan hasil sebagai berikut :

#### a) Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Hasil dalam penelitian ini bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis dengan nilai hasil dari uji t yaitu sebesar 5,055 dengan nilai sebesar sig.  $0,000 < 0,05$ . Dan penelitian ini hampir sama dengan yang dilakukan oleh Kevin prima saputra dan Hasan Halid bahwa keputusan pembelian produk smartphone salah satunya di pengaruhi oleh faktor gaya hidup.

Dari paparan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa gaya hidup menjadi faktor penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Berdasarkan fakta di masyarakat, gaya hidup menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana sekarang hampir semua masyarakat menggunakan smartphone untuk menunjang aktivitas mereka, mulai dari bekerja, bersosialisasi, kegiatan sosial, memenuhi apa yang mereka inginkan, seperti rekereasi, berbelanja, kuliner, dan berpendapat terhadap dunia di sekitar mereka mulai dari politik, bisnis, ekonomi, Pendidikan dan lain-lain. Semua dapat mudah dilakukan dengan adanya smartphone, apalagi dimasa pandemic Covid-19 ini dimana semua harus

mengurangi tatap muka dan diharuskan selalu jaga jarak dengan yang masyarakat lainnya. Sehingga smartphone sangat membantu mereka, tanpa harus keluar rumah, untuk menyelesaikan kegiatan mereka. Pemahaman tentang gaya hidup masyarakat perlu dipahami lagi oleh perusahaan, sehingga dapat menyediakan produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat, sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian smartphone di perusahaan tersebut.

b) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Dunia Cell

Analisis data pada penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mencari hubungan antara harga dan keputusan pembelian smartphone yaitu faktor  $X_1$  dengan  $Y$ . Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini di buktikan dengan nilai hasil uji  $t$  hitung sebesar 4,668 dengan nilai tingkat sig.  $0,000 < 0,005$ .

Dari hasil uji  $t$  pada regresi data penelitian diatas menunjukkan bahwa variable harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone. Hasil penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Suri Amalia bahwa keputusan pembelian konsumen salah satunya dipengaruhi oleh faktor harga. Harga sering menjadi tolak ukur keputusan pembelian yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

Dari paparan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa harga menjadi faktor penting bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian konsumen, karena harga menjadi salah satu unsur bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, penjual bisa mempertahankan pelanggan setia dengan menawarkan harga yang menarik dan kompetitif dan memberikan potongan harga yang special. Sehingga perusahaan lebih memperhatikan lagi soal harga, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dan dapat menarik minat beli konsumen.

c) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone

Analisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mencari hubungan antara variable  $X_3$  dengan Variabel  $Y$  yaitu antara Kualitas produk dan keputusan pembelian, berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari uji  $t$ , nilai  $t$  hitung sebesar 2,201 dengan nilai sig.  $0,030 < 0,05$ . Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh menunjukkan hasil bahwa

kualitas produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone. Penelitian ini hampir sama dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Gautama dkk, bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Dari paparan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian oleh konsumen. Karena kualitas produk menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan serta manfaat yang diperoleh dari kualitas produk tersebut. Karena Sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk, para konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang dibayar. Meskipun ada Sebagian masyarakat produk yang berkualitas dalam produk yang mahal. Meskipun pada kenyataannya tidak semua produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

d) Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Masa Pandemi Covid-19

Dari hasil penelitian yang dapat menunjukkan hasil bahwa variabel gaya hidup, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari nilai F hitung sebesar 236,705 dengan nilai sig,  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. dengan nilai koefisien determinasi yang didapat sebesar 0,885 atau sebesar 88,5 %. Sedangkan sisanya sebesar 11,5 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, merek, kualitas pelayanan maupun faktor yang lainnya.

## Penutup

Dari uraian pembahasan diatas, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Gaya Hidup Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone, dimana hal ini dapat dijelaskan dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$

2. Harga Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone

Temuan dalam penelitian ini Menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone, yang dibuktikan dengan nilai sig. ukuran sama  $0,000 < 0,05$

3. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone, dimana hal ini dibuktikan dengan nilai sig.  $0,030 < 0,05$ .

4. Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone

### Daftar Pustaka

- Achiria, Dita Afrina dan Siti. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Persepektif Ekonomi Islam." *Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (n.d.): 24.
- Buchari, Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Dkk, Fitriana. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame." *Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 120 (2019): 9.
- Hendrayardi, Suryani &. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2015.
- Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Kotler, Kevin Lane Keller dan Philip. *Manajemen Pemasaran*. Keduabelas. Jakarta: PT. Index, 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Malonda Delsy, Dkk. "Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung." *EMBA* 6, no. 4 (2018): 2290.
- Marpuan, Ian Alfian dan Muslim. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan." *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 128.
- Marpuang, Ian Alfian dan Muslim. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Meda." *At-Tawassuth* 2, no. 2 (2017): 129–30.

- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam." *Mazahib* 4, no. 1 (n.d.): 90.
- R, Agung Ratih S.i dan Ketut. "Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple." *Manajemen Unud* 6, no. 1 (2017): 3257.
- Saputra, hasan halid dan Kevin Prima. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Tiga Putra Cell Malang." *Aplikasi Bisnis* 5, no. 2 (2019): 487.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- T. Suryani. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Tjiptono, F. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2008.

Copyright © 2021 **Journal Salimiya**: Volume 2, Nomor 4, Desember 2021 e-ISSN; 2721-7078

Copyright rests with the authors

Copyright of **Jurnal Salimiya** is the property of **Jurnal Salimiya** and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>