

PENGARUH ATRIBUT PRODUK, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE OLEH MAHASISWA FAKULTAS SISTEM INFORMASI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA

Cherise¹ Evellyn Calista²
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat, khususnya dalam industri smartphone, mendorong persaingan ketat antara merek seperti iPhone dan Samsung dalam menghadirkan inovasi, fitur, dan harga yang kompetitif. Di Indonesia, smartphone menjadi kebutuhan utama, sehingga konsumen semakin selektif dalam memilih perangkat berdasarkan performa, harga, dan nilai guna. Dalam beberapa tahun terakhir, minat terhadap iPhone cenderung menurun akibat harga yang relatif tinggi, inovasi yang dianggap kurang signifikan, serta keterbatasan fitur dibandingkan Samsung yang menawarkan teknologi lebih variatif dan fleksibel. Selain itu, perubahan gaya hidup dan menurunnya citra eksklusif iPhone turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk, gaya hidup, dan brand image terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Sistem Informasi. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa Fakultas Sistem Informasi Universitas Prima Indonesia semester 1 sampai dengan semester yaitu sebanyak 460 mahasiswa. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% sehingga diperoleh sebanyak 82 sampel. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk, gaya hidup, dan brand image masing-masing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Sistem Informasi Universitas Prima Indonesia. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi atribut produk, gaya hidup, dan citra merek.

Kata Kunci: Atribut Produk, Gaya Hidup, Brand Image, Keputusan Pembelian