

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNDIKSHA

Oleh

I Made Andika Meyta Aryana, NIM 1917041154

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa manajemen Undiksha baik secara terpisah maupun bersama-sama. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Undiksha yang membeli produk iPhone. Objek penelitian ini adalah *word of mouth*, gaya hidup, dan keputusan pembelian. Untuk pemilihan sampel digunakan teknik nonstandar yaitu *purposive sampling*, yaitu metode *non probability sampling*. Jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 120 orang. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner, dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *word of mouth* baik secara parsial dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian, (2) gaya hidup baik secara parsial dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian, (3) *word of mouth* dan gaya hidup baik secara parsial dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Kata-kata kunci : gaya hidup, keputusan pembelian, *word of mouth*

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND LIFESTYLE
ON IPHONE PURCHASING DECISIONS FOR
UNDIKSHA MANAGEMENT STUDENTS**

By

I Made Andika Meyta Aryana, NIM 1917041154

Department of Management

ABSTRACT

The main objective of this study is to comprehend the impact of Word of Mouth and Lifestyle on the purchasing decisions of Management students at Undiksha University regarding iPhones. Both individual and collective approaches were employed in this research, utilizing the quantitative causal research method. A non-standard approach called purposive sampling, which is a form of probability sampling, was used to select the sample. A total of 120 respondents participated in this study. Data collection was conducted through the use of questionnaires, and the analysis was performed using multiple linear regression. The research findings indicate that (1) Word of Mouth has a positive and significant influence on the iPhone purchasing decisions of Undiksha's Management students, (2) Lifestyle has a positive and significant impact on the iPhone purchasing decisions of Undiksha's Management students, and (3) Word of Mouth and Lifestyle, when considered together, have a significant influence on the iPhone purchasing decisions of Undiksha's Management students.

Keywords: Word of Mouth, Lifestyle, Purchase Decision