

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE DI TOKO BADILAN GROSIR SINGARAJA

Oleh

Ni Komang Triana Debi Asri, NIM 2117041259

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iphone di toko Badilan Grosir Singaraja. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan *non probability* teknik *purposive sampling*, di mana responden yang terlibat adalah konsumen yang sudah pernah membeli hp iphone di toko Badilan Grosir Singaraj. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada responden dengan sampel 120 responden dan kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik persepsi seseorang terhadap produk, semakin besar kemungkinannya untuk membeli. Selain itu, gaya hidup juga berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana konsumen dengan gaya hidup yang lebih sesuai dengan merek iphone cenderung membuat keputusan pembelian yang lebih positif. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya memahami kedua variabel untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman teori pemasaran dan menjadi acuan bagi penelitian lanjutan serta strategi bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

Kata kunci: Persepsi konsumen, gaya hidup, keputusan pembelian.

***THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTIONS AND LIFESTYLE ON
PURCHASING DECISIONS FOR IPHONE CELLPHONES AT BADILAN
WHOLESALE SHOP SINGARAJA***

By

Ni Komang Triana Debi Asri, NIM 2117041259

Management Department

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of consumer perceptions and lifestyle on iPhone purchasing decisions at the Badilan Grosir Singaraja store. The research method used was non probability purposive sampling technique, where the respondents involved were consumers who had purchased an iPhone cellphone at the Badilan Grosir Singaraja store. Data was collected through questionnaires distributed to respondents with a sample of 120 respondents and then analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that consumer perception has a positive and significant influence on purchasing decisions, which means that the better a person's perception of the product, the more likely they are to buy. In addition, lifestyle also contributes significantly to purchase decisions, where consumers with lifestyles more in line with the iPhone brand tend to make more positive purchase decisions. These findings underscore the importance of understanding both variables to formulate effective marketing strategies. This research is expected to contribute to the understanding of marketing theory and serve as a reference for further research and strategies for companies in increasing sales of their products.

Keywords: Consumer perception, lifestyle, purchase decision.