

PENGARUH *LIFE STYLE*, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE BEKAS BERGARANSI EX INTERNASIONAL DI KOTA MADIUN

Wahyuningrum Ahzammubasharoh¹⁾, Apriyanti²⁾

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: wahyuningrum209@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: kelip.apriyanti@unipma.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh *Life Style*, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Kota Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara purposive sampling. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa software SPSS versi 26. Hasil Penelitian ini adalah (1) *Life style* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Life Style*, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this research is to determine the influence of Life Style, Brand Image, Product Quality and Price on the Decision to Purchase a Used iPhone with Ex International Guarantee in Madiun City. This research is quantitative research with a sample size of 384 respondents.

The sampling method is purposive sampling. Data collection uses a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique uses testing tools in the form of SPSS version 26 software. The results of this research are (1) Life style does not have a significant effect on purchasing decisions, (2) Brand image has a significant effect on purchasing decisions, (3) product quality has a significant effect on purchasing decisions, (4) Price has a significant effect on purchasing decisions. Purchase.

Keywords: *Life Style, Brand Image, Product Quality, Price, Purchasing Decisions*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern ini, teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat dapat dilihat dari semakin banyaknya merk *smartphone*. Saat ini *smartphone* menjadi sesuai kebutuhan yang penting dimana setiap orang selalu memerlukannya dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan yang sangat pesat dalam dunia informasi juga menuntut para pelaku usaha *smartphone* untuk dapat memahami serta memanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing.

Penggunaan *smartphone* atau ponsel pintar di Indonesia diprediksi akan terus meningkat. Pada 2015, hanya terdapat 28,6% populasi di Indonesia yang menggunakan gawai tersebut. Seiring berjalannya waktu, ponsel pintar semakin terjangkau, sehingga meningkatkan penggunaannya pula. Lebih dari setengah populasi di Indonesia atau 56,2% telah menggunakan ponsel pintar pada 2018. Setahun setelahnya, sebanyak 63,3% masyarakat menggunakan ponsel pintar. Hingga 2025, setidaknya 89,2% populasi di Indonesia telah memanfaatkan ponsel pintar. Dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019, penetrasi ponsel pintar di tanah air tumbuh 25,9%.

Keputusan pembelian biasanya digunakan konsumen guna mengidentifikasi potensi risiko yang mungkin timbul setelah melakukan penawaran, untuk mengukur tingkat keterkaitan konsumen terhadap pekerjaan yang telah dilakukan, dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen, juga memungkinkan konsumen untuk memilih produk yang mereka sukai. Konsumen mengambil

keputusan pembelian berdasarkan berbagai faktor, seperti kebutuhan produk, aktivitas sebelum pembelian, dan merasa puas ketika sudah membeli barang (Damayanti & Saputro, 2023). Konsumen menggunakan proses kognitif untuk mengidentifikasi kebutuhan, meneliti produk atau merek, mempertimbangkan keuntungan serta hambatan dari pilihan, serta memutuskan apakah akan memenuhi kebutuhan mereka dengan melakukan pembelian atau tidak. Konsumen didorong untuk memilih produk dan layanan berdasarkan keinginan dan preferensi mereka sendiri guna mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan, sesuai evaluasi kebutuhan dan persyaratan yang mereka inginkan.

Berdasarkan dari peneliti mengungkapkan batasan-batasan dalam penelitian yang dilakukan serta unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup (lifr style), citra merek, kualitas produk, dan harga. Di perkuat oleh peneliti yang dilakukan Hidayati, Rachmawati, Muji, Kharismasyah (2023) yang menjelaskan bahwa hasil penelitian secara simultan citra merek, harga, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Secara parsial citra merek, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Madiun pengguna Iphone bekas bergaransi ex internasional, dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi pengguna aplikasi Iphone bekas bergaransi ex internasional. Jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 384 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengolahan data menggunakan computer dengan software SPSS (Statistical Package For Social Sciences).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas berpedoman pada nilai r tabel dan r hitung. Apabila r hitung $\geq r$ tabel, maka indikator dinyatakan valid. Dan sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel, maka indikator dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel

Item Variabel	Nilai r_{hitung}	Nilai $r_{tabel} = 0,082$	Keterangan
X _{1.1}	0,603	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{1.2}	0,339	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{1.3}	0,502	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{1.4}	0,314	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{1.5}	0,416	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{1.6}	0,474	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.1}	0,477	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.2}	0,384	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.3}	0,316	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.4}	0,351	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.5}	0,397	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.6}	0,297	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.7}	0,467	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{2.8}	0,401	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{3.1}	0,468	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{3.2}	0,357	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>
X _{3.3}	0,340	$r_{hitung} > r_{tabel}$	<i>Valid</i>

X _{3.4}	0,332	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.5}	0,425	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.6}	0,380	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.7}	0,330	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.8}	0,423	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.9}	0,380	r hitung > r tabel	Valid
X _{3.10}	0,464	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.1}	0,441	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.2}	0,483	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.3}	0,357	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.4}	0,406	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.5}	0,448	r hitung > r tabel	Valid
X _{4.6}	0,526	r hitung > r tabel	Valid
Y.1	0,604	r hitung > r tabel	Valid
Y.2	0,413	r hitung > r tabel	Valid
Y.3	0,498	r hitung > r tabel	Valid
Y.4	0,571	r hitung > r tabel	Valid

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan hasil validitas pada tabel 1 di atas, mampu terlihat bahwasanya seluruh uji pada soal semua variabel menunjukkan bahwa seluruh data yaitu sebanyak 34 soal angket adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan yaitu memiliki nilai r tabel 0,082, maka seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu diterapkan dan dapat terpercaya dalam data penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila hasil dari pengukuran menunjukkan hasil yang sama dan stabil atau konsisten dalam kurun waktu yang berbeda. Dalam pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Conbach Alpha* (α), dimana variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki *Conbach Alpha* (α) $> 0,6$ (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Hitung	Cronbach Alpha	Keterangan
Life Style	0,624	0,60	Reliabel
Citra Merek	0,609	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,644	0,60	Reliabel
Harga	0,627	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,652	0,60	Reliabel

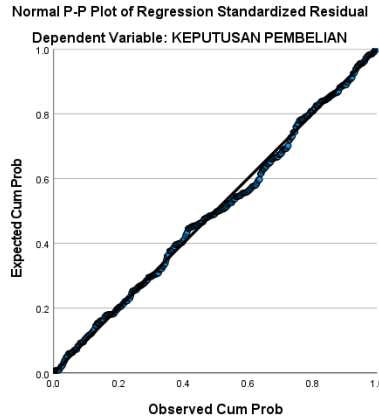
Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh kuesioner pada variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Model regresi yang baik jika dapat menghasilkan distribusi data normal atau yang mendekati normal dengan signifikansi $> 0,05$ atau 5% (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Uji Normalitas



Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan uji P-P plot membuktikan penyebaran titik- titik menggambarkan data-data hasil jawaban responden telah berdistribusi secara normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas berdasarkan grafik P-P Plot.

Uji Multikolinieritas

Cara melihat apakah terjadi penyimpangan atau tidak adalah dengan memperhatikan jika nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF >10, maka dapat dikatakan terjadinya multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, maka dapat dikatakan tidak ada terjadinya multikolinieritas (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	N	Nilai Tolerance	VIF	Keputusan
X1	384	1.955	0.511	Tidak Terjadi Multikolinieritas

X2	384	2.289	0.437	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X3	384	2.317	0.432	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X4	384	1.942	0.515	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh temuan uji Multikolinieritas yang disajikan di atas, maka diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Variabel *life style* bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1,955 < 10$
- 2) Variabel citra merek bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 2.289 < 10$
- 3) Variabel kualitas produk bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 2.317 < 10$
- 4) Variabel harga bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1.942 < 10$

Uji Heteroskedastistas

Jika dari satu penelitian dengan penelitian lain memiliki kesamaan varian dari residual maka hal itu disebut homoskedastistas. Terbebas dari masalah heterokedastisidias dilihat dengan koefisien $\text{sig} > 0.05$.

Tabel 5. Uji Heteroskedastistas

Varibel	N	P-Value	Taraf Signifikan	Keputusan
X1	384	0,523	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas
X2	384	0,447	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas

X3	384	0,088	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastiditas
X4	384	0,725	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastiditas

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil uji Heteroskedastistitas menggunakan *glejser* sebagai berikut:

- 1) Variabel *life style* bebas dari masalah Heteroskedastistitas, temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.523 > 0.05
- 2) Variabel citra merek bebas dari masalah Heteroskedastiditas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.447 < 0.05.
- 3) Variabel kualitas produk bebas dari masalah Heteroskedastiditas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.088 > 0.05.
- 4) Variabel harga bebas dari masalah Heteroskedastiditas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.725 > 0.05.

Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variable pengganggu. Untuk menguji autokorelasi biasanta dipakai uji Durbin Waston (DW). Adapun nilai Durbin Waston yang diperoleh dari analisa ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 6. Uji Autokolerasi

N	R	Rsquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
384	.644 ^a	0.415	0.409	1.139	1,791

Sumber: SPSS21, 2024

Hasil analisis autokorelasi nilai Durbin Watson (DW) adalah 1791, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai signifikan 5% jumlah sampel 384 dan jumlah variabel 4, sehingga nilai DU sebesar 1,788 (Sumber nilai DU ada di Durbin Watson). Jadi, nilai $DU < DW < 4 - DU$, $1,788 < 1,791 < 2,212$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan apabila peneliti ingin memprediksi perubahan variabel terikat (Y) yang dijelaskan atau dihubungkan oleh dua atau lebih variabel bebas (X) sebagai faktor predictor yang dimanipulasi. Dapat dikatakan bahwa nilai variabel Y ditentukan berdasarkan nilai-nilai dari variabel X yang terdiri dari dua atau lebih variabel. Menurut Ghozali, (2018) analisis regresi berganda dilakukan apabila penelitian memiliki jumlah variabel bebas minimal dua variabel.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	N	B	Std. Error	Beta	Nilai t	Sig
X1	384	0.033	0.041	0.045	0.821	.412
X2	384	0.132	0.036	0.217	3.645	.000
X3	384	0.127	0.029	0.257	4.305	.000
X4	384	0.167	0.040	0.227	4.150	.000

Sumber: SPSS21, 2024

Dari tabel diatas hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam model berikut ini:

$$Y = 2.354 + 0,033 X1 + 0,132 X2 + 0,127 X3 + 0,167 X4 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X1	= Life Style
X2	= Citra Merek
X3	= Kualitas Produk
X4	= Harga
β_0	= konstanta regresi
$\beta_1, \beta_2 \text{ \& } \beta_3$	= koefisien regresi untuk X1,X2, X3, X4

Berdasarkan persamaan yang dirumuskan di atas maka dapat di tuliskan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

- 1) Ketika keseluruhan variabel bebas yang digunakan pada penelitian bernilai konstan atau 0, maka keputusan pembelian akan mempunyai koefisien sebesar 2.354.
- 2) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel *life style*, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,033.
- 3) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel citra merek, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.132.
- 4) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel kualitas produk, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.127
- 5) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel harga, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.167.

Uji t

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel *life style*, citra merek, kualitas produk dan harga dan keputusan pembelian secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan derajat kepercayaan $\alpha = 0,05$.

Tabel 7. Uji t

Variabel	N	t _{hitung}	Sig	t _{tabel}	Taraf Sig	Keputusan
X1	384	0.821	0,412	1,966	0,05	Tidak berpengaruh signifikan
X2	384	3.645	0,000	1,966	0,05	Berpengaruh signifikan
X3	384	4.305	0,000	1,966	0,05	Berpengaruh signifikan
X4	384	4.150	0,000	1,966	0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan di atas, diperoleh temuan sebagai berikut:

- 1) Variabel *life style* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel *Life Style* terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $0,821 < t_{tabel}$ sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi $0,412 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H₁ ditolak**.
- 2) Variabel citra merek memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel citra merek terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,645 > t_{tabel}$ sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H₂ diterima**
- 3) Variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,305 > t_{tabel}$ sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H₃ diterima**
- 4) Variabel harga memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel harga terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,150 > t_{tabel}$ sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H₄ diterima**

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besar sumbangsih pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

N	R	Rsquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
384	.644 ^a	0.415	0.409	1.139

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh temuan penelitian bahwa variabel bebas yang digunakan memberikan pengaruh sebesar 0,409 atau 40,9% yang dibuktikan dengan $R_{square} = 0.409$

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Pengaruh *life style*, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian iphone bekas bergaransi ex internasional Pada Masyarakat Kota Madiun dapat di ambil Kesimpulan bahwa *life style* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian iphone ex inter, citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian iphone ex inter, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian iphone ex inter, harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian iphone ex inter

D. SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang memahami iPhone ex inter. Penting untuk memperjelas gaya hidup yang sesuai dan meningkatkan kualitas, terutama daya tahan baterai, agar lebih memuaskan pengguna. Penelitian ini memberikan dasar untuk studi lebih lanjut mengenai pengaruh gaya hidup, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap

keputusan pembelian. Penelitian mendatang sebaiknya memperluas variabel dan durasi untuk hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Usni*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayati, S. N., Rachmawati, E., Muji, T. S., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 209–222.
<https://doi.org/10.30872/jinv.v19i1.12679>

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.