

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

SKRIPSI



OLEH

MULYADI PUTRA
NIM: 11970113739

**JURUSAN S1 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif

Kasim Riau



Oleh:

MULYADI PUTRA
NIM: 11970113739

**JURUSAN S1 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

PEKANBARU

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

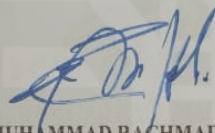
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MULYADI PUTRA
NIM : 11970113739
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

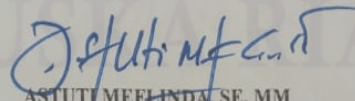
DISETUJUI OLEH
DOSEN PEMBIMBING



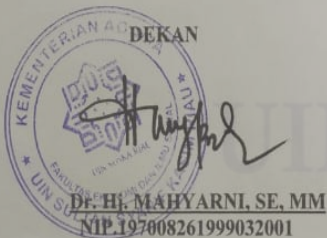
MUHAMMAD RACHMADI, SE, MM
NIP. 130 717 111

MENGETAHUI,

KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN



ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
NIP. 19720513 200701 2 018





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mulyadi Putra
 NIM : 11970113739
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Tanggal Ujian : 26 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
 Astuti Meflinda, SE, MM

Sekretaris
 Fatimah Zuhra, S.Si., M.Stat

Anggota
 Muklis, SE, MM

Anggota
 Ulfiah Novita, SE., M.Si

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-0725/Un.04/F.VIII/PP.00.9/1/2023 Pekanbaru, 17 Januari 2023 M
 Sifat : Biasa 24 Jumadil Akhir 1444 H
 Lampiran : -
 Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
 Yth. **M. Rachmadi, SE, MM**
 Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
 Dengan hormat,
 Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a	: Mulyadi Putra
NIM	: 11970113739
Jurusan	: Manajemen
Semester	: VII (Tujuh)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan
 Wakil Dekan Bid. Akademik dan
 Pengembangan Lembaga,



Dr. Kamaruddin, S.Sos, M. Si
NIP. 19790101 200710 1 003

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran surat
 Nomor : 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di

Nama : Mulyadi Putra
 Nim : 11970113739
 Tempat/tgl. Lahir : Pekanbaru, 29 Oktober 1998
 Prodi : Managemen
 Judul skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri
2. Semua kitipan pada karya tulisan saya ini sudah diterbitkan sumbernya
3. Oleh karena itu skripsi saya ini saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang – undangan

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru

Yang membuat pernyataan



Mulyadi Putra

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE ON THE PURCHASE DECISIONS OF IPHONE BRAND SMARTPHONES IN STUDENTS OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU STATE ISLAMIC UNIVERSITY

By:

Mulyadi Putra
11970113739

Purchasing decision is the consumer's final decision to buy or not an item or service by comparing many considerations. When making a purchase decision, there are often several choices between two or more alternatives. The purpose of this study was to analyze the effect of brand image, product quality and lifestyle on purchasing decisions for iPhone brand smartphones among students at Sultan Syarif Kasim Riau State Islamic University. The population in this study were students using the iPhone with a sampling technique using the Accidental Sampling method, totaling 100 respondents. Based on the results of this study, it shows that brand image, product quality and lifestyle influence purchasing decisions either partially or simultaneously. The results of the Coefficient of Determination (R²) show that the magnitude of the influence of the three independent variables together on the dependent variable is 58,8% and the remaining 41,2% is another variable that was not examined in this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, Purchase Decision.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK IPHONE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF
KASIM RIAU**

Oleh:

MULYADI PUTRA
NIM :11970113739

Keputusan pembelian adalah keputusan final konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu barang dan jasa dengan membandingkan banyak pertimbangan. Ketika melakukan keputusan pembelian, seringkali terdapat beberapa pilihan antara dua atau lebih alternatif. Ada pun tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisa pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna iphone dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode Accidental Sampling yang berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya sebesar 58,8% dan sisanya sebesar 41,2% merupakan variabel lain yang tidak diteliti kedalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

UIN SUSKA RIAU

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada Orang Tua tercinta dan tersayang, yaitu Ayahanda Ayusman dan Ibunda Saidah, kakak, abang dan Adik saya serta saudara dan abg sepupu saya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang turut meluangkan waktunya dalam membantu penulis.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak DR. Kamarruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Ibu Dr. Julina, SE, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen dan Bapak Fakhrurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Muhammad Rachmadi, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.
8. Ibu Ulfiah Novita, SE, M.Si selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
9. Bapak dan Ibu Dosen, serta Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
10. Terima kasih kepada Rana Oktiviana, SE.BBA, Ghifiona Rosalina Pilsil, Nawardi Damanik, Sariputra Faradillah dan Ilham Dwi Cahyo yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis, memberikan waktu untuk bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
11. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat dan membantu penulis dalam berbagai hal terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih Kepada Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis menjadi nilai ibadah dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, keterbatasan, baik dari isi maupun konsep penyusunan. Oleh karena itu, penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerima dengan terbuka kritik dan saran yang berhubungan dengan skripsi ini yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan selanjutnya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca maupun untuk peneliti selanjutnya. *Aamiin ya rabbal'alami.*

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 09 Mei 2023

Penulis,

MULYADI PUTRA

NIM: 11970113739

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Rencana Dan Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian	12
2.2 Citra Merek.....	13
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	13
2.2.2 Indikator Citra Merek	13
2.3 Kualitas Produk	14
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.4 Gaya Hidup.....	15
2.4.1 Pengertian Gaya Hidup.....	15
2.4.2 Indikator Gaya Hidup	16
2.5 Keputusan Pembelian	16
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.5.2 Tahapan Dalam Proses Mengambil Keputusan.....	17
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.6 Pandangan Islam.....	19
2.6.1 Pemasaran Ditinjau dari Perspektif Islam dan Al-Qur'an	19



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.2 Makna Umum Ayat	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
2.8 Kerangka Pemikiran	24
2.9 Konsep Operasional Variabel.....	25
2.10 Hipotesis Penelitian dan Pengaruh Antar Variabel	28
2.10.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	28
2.10.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	28
2.10.3 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian	29
2.10.4 Pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.2.1 Data primer	30
3.2.2 Data sekunder	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Kuesioner (Angket).....	31
3.3.2 Wawancara.....	31
3.3.3 Observasi	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel	33
3.5 Teknik Pengumpulan Sampel.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.7 Uji Kualitas Data	35
3.7.1 Uji Validitas.....	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	35
3.8 Uji Asumsi Klasik	36
3.8.1 Uji Normalitas.....	36
3.8.2 Uji Multikolinieritas	37
3.8.3 Uji Autokorelasi.....	38



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	38
3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	39
3.10 Uji Hipotesis	40
3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji T).....	40
3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	41
3.11 Uji Koefisien Determinasi.....	41

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Profil Iphone	43
4.1.1 Sejarah Berdirinya Iphone	43
4.1.2 Tipe Tipe Iphone.....	48
4.1.3 Visi, Misi dan tujuan Perusahaan <i>Apple</i>	49
4.2 Lokasi Penelitian	49
4.2.1 Sejarah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	49
4.2.2 Visi, Misi, Karakteristik dan Tujuan	54
4.2.3 Struktur Organisasi	56

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden	57
5.1.1 Responden Berdasarkan Fakultas	57
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	58
5.1.3 Responden Berdasarkan Tipe Iphone	58
5.1.4 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Iphone.....	59
5.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	60
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	60
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	61
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup.....	65
5.2.4 Hasil Rekapitulasi Variabel	67
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian	67
5.3.1 Uji Validitas	67
5.3.2 Uji Reliabilitas	70
5.4 Uji Asumsi Klasik	71
5.4.1 Uji Normalitas.....	71



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.4.2 Uji Multikolonieritas.....	72
5.4.3 Uji Autokorelasi.....	73
5.4.4 Uji Heteroskedastisitas	74
5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	76
5.6 Uji Hipotesis.....	78
5.6.1 Uji Parsial (Uji T)	78
5.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	79
5.7 Uji Koefisien Determinasi.....	80
5.8 Pembahasan	81
5.8.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
5.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
5.8.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
5.8.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	83

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	85
6.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	31
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.1 Tipe Tipe Iphone.....	48
Tabel 4.2 Nama Nama Rektor.....	53
Tabel 5.1 Jumlah Mahasiswa Pengguna Iphone Berdasarkan Fakultas.....	57
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Tipe Iphone	58
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Iphone	59
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup.....	65
Tabel 5.8 Rekapitulasi Variabel Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	68
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	68
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	69
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 5.13 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 5.14 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 5.15 Hasil Uji Multikolonieritas	73
Tabel 5.16 Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel 5.17 Hasil Heteroskedastisitas	75
Tabel 5.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 5.19 Hasil Uji Parsial	78
Tabel 5.20 Hasil Uji Simultan.....	80
Tabel 5.21 Hasil Uji Determinasi.....	81

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Perangkat Yang Digunakan Penduduk Indonesia Untuk Mengakses Internet (2019-2020).....	2
Gambar 1.2	Data Merek <i>Smartphone</i> Yang Digunakan Masyarakat Indonesia.....	4
Gambar 2.1	Skema Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4.1	Logo iphone.....	43
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.....	56
Gambar 5.1	Uji Normalitas Garis P-P Plot.....	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan media teknologi komunikasi di Indonesia semakin canggih. Salah satu media telekomunikasi yang paling diminati saat ini adalah *smartphone*. *Smartphone* lebih diminati daripada telepon kabel, karena lebih menawarkan kemudahan dalam pengaktifan, kecanggihan, penggunaan dan mobilitas untuk bertelekomunikasi. Karena itu perusahaan *smartphone* berlomba-lomba untuk memproduksi *smartphone*, dengan fitur-fiturnya yang menarik dan canggih, seperti kameranya bagus, Ramnya besar, desain yang menarik dan lainnya.

Masyarakat bisa berkomunikasi satu dengan yang lain tanpa adanya batasan, waktu, jarak kapasitas, bahkan kini *smartphone* tidak hanya dipandang sebagai media komunikasi saja tetapi juga sebagai gaya hidup seseorang. Bahkan masyarakat yang menggunakan *smartphone* bukan karena memiliki fungsi dasarnya melainkan fasilitas yang dimiliki *smartphone* tersebut (Pujianto, 2022).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019-2020, telepon atau yang lebih dikenal saat ini *smartphone* merupakan perangkat untuk mengakses internet yang paling banyak digunakan di Indonesia, hal ini dapat dilihat sebagai berikut.

Gambar 1.1 Diagram Perangkat Yang Digunakan Penduduk Indonesia Untuk Mengakses Internet (2019-2020)



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Berdasarkan data diatas pada tahun 2019 sekitar 96,95% penduduk Indonesia mengakses internet lewat telepon atau *smartphone*. Kemudian presentase nya naik menjadi 98,31% pada tahun 2020. Sementara itu penduduk yang mengakses internet melalui laptop, *notebook* atau tablet pada tahun 2019 hanya 15,78%. Angka nya turun menjadi 13,61% pada tahun 2020. Kemudian pengguna komputer *desktop* terdapat sebanyak 5,47% pada tahun 2019 dan mengalami penurunan yaitu 4,52% pada tahun 2020. Dan penduduk indonesia yang mengakses internet lewat media lainnya sebanyak 0,35% pada tahun 2019 dan mengalami penurunan yaitu 0,21% pada tahun 2020.

Salah satu merek *smartphone* terkenal yang beredar di pasar Indonesia adalah *Apple, Inc* yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007. *Apple* merupakan salah satu perusahaan yang berhasil menciptakan citra merek yang kuat di benak pelanggan (Pujianto, 2022). Berdasarkan data merek handphone terbaik di dunia tahun 2021 menurut *TrendForce*, *apple* menjadi salah satu merek

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

handphone terbaik yang menduduki peringkat kedua dengan *market share* 15.8% mengungguli beberapa merek handphone lainnya. Peminat produk *smartphone* merek iphone yang diciptakan oleh *apple* sangatlah banyak, bahkan sekalipun sebelum produk tersebut diluncurkan, (*Apple News room*, 2021).

Iphone merupakan *smartphone* yang menggunakan perangkat lunak *hardware* dan *software* personal. Berbeda dengan pesaingnya yang harus menggunakan *software* buatan *Google*. Kualitas *software* dan *hardware* yang dimiliki iphone membuat produk ini memiliki kemampuan yang luar biasa sehingga bisa memaksimalkan kinerja iphone diantaranya, kamera yang jernih, memiliki SIRI (asisten pribadi), memiliki keamanan sistem yang terjamin oleh pihak *apple*, dan permutar musik yang dipadukan bersama dengan *ipod* sehingga lebih baik dibandingkan dengan produk handphone pesaing lainnya (Pujianto, 2022).

Berdasarkan data *Statcounter* dari bulan November 2021 hingga November 2022, berikut adalah merek *smartphone* yang digunakan masyarakat Indonesia.

Gambar 1.2 Data Merek *Smartphone* Yang Digunakan Masyarakat Indonesia



Sumber: Statcounter 2022

Dari gambar 1.2 di atas dapat dilihat oppo adalah merek *smartphone* yang banyak digunakan oleh masyarakat indonesia, dengan persentase 21,28%. Sementara iphone sendiri berada di posisi ke lima dengan persentase 10,09%.

Berdasarkan riset *counterpoint* terkait pasar HP sepanjang 2022, Samsung dan *Apple* menjadi penguasa pasar handphone di Indonesia. Iphone 14 Pro dan iphone 14 Pro Max banyak dicari konsumen di Indonesia. Tingginya permintaan iphone 14 Pro dan 14 Pro Max versi 512 GB dan 1 TB menyebabkan kekurangan sementara model tersebut saat pre-order di buka.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa, iphone memiliki kelebihan dari produk merek *smartphone* lainnya seperti, iphone memiliki kualitas yang bagus, performa mulus dan kencang, iOS selalu up to date, lebih aman, hasil kamera yang lebih bagus.

Sementara itu berdasarkan observasi peneliti dilapangan, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan produk iphone, mereka menggunakan produk iphone disebabkan karena gengsi. Gengsi dalam artian, mereka tidak ingin kalah saing dengan pengguna *smartphone* lainnya, oleh sebab itu dengan menggunakan produk iphone mereka merasa harga



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diri dan status sosial mereka lebih meningkat dibandingkan dengan menggunakan produk *smartphone* lainnya.

Kualitas kamera yang sangat jernih merupakan alasan mereka menggunakan *smartphone* merek *iphone*. Dari kebanyakan wanita mereka memilih menggunakan *iphone* karena kamera yang dimiliki *iphone* sangat bagus dan jernih. Untuk bermain game terutama dikalangan laki laki *iphone* merupakan produk yang tepat mereka gunakan, karena *iphone* tidak mudah lelet saat digunakan dalam bermain game. Dari keinginan tersebut yang melekat merek produk dalam pikiran mahasiswa pertama kali adalah *smartphone* merek *iphone*, karena *iphone* menawarkan kebutuhan mahasiswa tersebut. Dari kualitas nya yang bagus, kamera nya yang jernih, keamanannya terjamin dan tidak mudah lelet saat digunakan, sehingga *iphone* merupakan produk yang pertama muncul dalam pikiran mahasiswa.

iphone tidak hanya dimiliki oleh mahasiswa yang berlatar belakang kaya, akan tetapi terdapat beberapa mahasiswa yang mendapatkan bantuan beasiswa dari kampus yang kebanyakan dari kalangan menengah kebawah, mereka menggunakan produk *iphone*. Hal ini disebabkan mereka tidak mau kalah dengan teman mereka yang menggunakan produk *iphone*. Walaupun harga produk *iphone* relatif mahal, tidak menyurutkan minat bagi beberapa kalangan mahasiswa untuk melakukan pembelian merek *iphone*, karena semua kalangan bisa memiliki *iphone* walaupun dengan membelinya secara kredit.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang diambil oleh konsumen dengan pertimbangan yang dalam sesuai dengan yang di inginkan, demi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tercapainya suatu kepuasan yang mereka harapkan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi-inovasi yang baru pada produk dengan mengikuti *trend* yang ada pada saat ini (Wolff1, 2021).

Ada banyak faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dalam penelitian ini citra merek, kualitas produk dan gaya hidup merupakan variabel yang digunakan penulis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek *iphone* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Citra merek merupakan suatu hal yang penting untuk menentukan keputusan pembelian. Citra merek yang baik akan mempengaruhi pembeli dalam menentukan pilihannya untuk membeli produk tersebut secara terus-menerus (Iswanto, 2016). Menurut (Setyaningsih, 2020) citra merek merupakan pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu dengan yang lainnya, walaupun sejenis. (Muhammad Fadhli Noor, 2021).

Selain itu kualitas produk merupakan suatu hal yang harus menjadi perhatian supaya konsumen tidak berpindah ke produk lainnya, karena kualitas produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas yang baik menurut sudut pandang konsumen adalah jika produk yang dibeli sesuai dengan keinginan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki sifat yang sesuai dengan kebutuhan dan setara dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen. Apabila kualitas produk tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka mereka menganggapnya sebagai produk yang berkualitas jelek. Permintaan akan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki (Nurlinda, 2021).

Selain citra merek dan kualitas produk, gaya hidup berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah hidupnya. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang menggambarkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen (Tumbuan, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian (Stefani Candra, 2021) memperlihatkan bahwa gaya hidup, inovasi produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup dan citra merek menjadi variabel yang dominan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya (Risa Ratna Gumilang, 2018) menjelaskan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Sumedang.

Dengan penelitian sebelumnya, penulis memiliki perbandingan akan penelitian ini. Sehingga memudahkan penulis untuk melakukan penelitian. Serta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone, pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone, pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone, pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Untuk mengetahui manakah yang memiliki pengaruh paling kuat di antara variabel citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain.

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan memperoleh ilmu pengetahuan tentang seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta melatih keterampilan teknis penulis dalam menganalisa suatu masalah.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai ilmu pengetahuan dan menambah wawasan, tentang sejauh mana pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya yang meneliti masalah serupa ataupun yang berkaitan, dengan penambahan variabel yang berbeda.

1.5 Rencana Dan Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini dibahas dalam 6 bab, dimana pembahasan-pembahasan bab tersebut mempunyai kaitan antara yang satu dengan yang lainnya, yaitu sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta rencana dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian, pandangan islam, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, konsep operasional variabel, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan sejarah singkat tempat penelitian, visi, misi dan tujuan, struktur organisasi serta tugas dan wewenang dalam organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan berupa Menganalisa hasil penelitian berdasarkan fakta dan data dengan menggunakan metode yang telah di tentukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian pembahasan dan saran atau rekomendasi yang merupakan pernyataan dari peneliti mengenai perbaikan yang perlu dilakukan dimasa yang akan datang terkait dengan permasalahan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian

Menurut **(Firmansyah, 2018:4)** manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

Menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam **(Kotler dan Keller, 2016:5)** pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Pemasaran adalah proses dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh individu atau kelompok dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk kepada pihak lain.

Menurut **(kotler dan keller, 2017:6)** Manajemen pemasaran adalah pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Menurut **(Assauri, 2018:12)** manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.



2.2 Citra Merek

2.2.1 Pengertian Citra Merek

Citra Merek merupakan salah satu hal yang diingat didalam benak konsumen pada saat membeli suatu produk merek tertentu, Menurut **(Tjiptono, 2015:49)** dalam **Rakhmawati Yuni Ikke (2021)** citra merek adalah pembabaran asosiasi serta kepercayaan konsumen terhadap suatu merek khusus. Citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang dingggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.

Menurut **(Tjiptono, 2011:112)** dalam **Oktavianingsih Isnaeni dan Setyawati Abrilia Harini (2020)** citra merek merek adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan terhadap merek tertentu.

Menurut **(Kotler, 2013:346)** citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.

2.2.2 Indikator Citra Merek

Menurut **(Kotler, 2013:349)** ada tiga indikator citra merek yaitu sebagai berikut.

1. Atribut
2. Manfaat
3. Nilai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut **(Kotler dan Keller 2012:121)** kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Menurut **(Kotler dan Armstrong, 2014:11)** kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Menurut **(Kotler dan Keller 2016:164)** kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Sedangkan menurut **(Mowen, 2012:61)** dalam **Azhar Deni dan Gunawan Rachmat (2020)** kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk.

2.3.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut **(Kotler dan Keller, 2012:8)** indikator kualitas produk adalah sebagai berikut.

1. Bentuk
2. Fitur
3. Penyesuaian
4. Kualitas kinerja
5. Kualitas kesesuaian



6. Ketahanan
7. Keandalan
8. Kemudahan perbaikan
9. Gaya
10. Desain

2.4 Gaya Hidup

2.4.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut (Setiadi, 2010:148) dalam Hermawan Ditiya et al (2023) gaya hidup adalah cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

Menurut (Sutisna, 2010:145) dalam Amilia Suri et al (2023) gaya hidup adalah bagaimana pola kehidupan seseorang dalam menghabiskan waktunya (aktivitas), minat (ketertarikan) dan perilakunya pada kegiatan sehari-hari (pendapat).

Menurut (Sumarwan, 2011:45) dalam Debry Ch. A Lintong et al (2021) gaya hidup adalah pola konsumsi yang menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Menurut (Kotler dan Keller, 2012:192) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:187) gaya hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat dan pendapat. Ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.2 Indikator Gaya Hidup

Menurut (Kotler dan Keller dalam Vivi Endah Sari, 2019) Indikator gaya hidup adalah sebagai berikut.

1. Aktivitas (*Activity*)

Suatu tindakan nyata konsumen yang merupakan karakteristik dalam kehidupan sehari-harinya.

2. Minat (*Interest*)

Ketertarikan atau minat merupakan faktor pribadi konsumen yang mempengaruhi proses keputusan pembelian dimana konsumen mengeluarkan waktu dan uang untuk hal yang dianggap menarik.

3. Pendapat (*Opinion*)

Suatu jawaban lisan maupun tertulis yang diberikan seseorang sebagai respon terhadap suatu stimulus.

2.5 Keputusan Pembelian

2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut (Buchari Alma, 2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut **(Kotler dan Keller, 2012:190)** dalam **Oktavianingsih Isnaeni dan Setyawati Abrilia Harini (2020)** keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.

Menurut **(Tjiptono, 2015:21)** mendefinisikan keputusan pembelian konsumen adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.

Menurut **(Kotler dan Keller, 2016:194)** keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

2.5.2 Tahapan Dalam Proses Mengambil Keputusan

Menurut **(Kotler dan Keller, 2016:100-103)** ada lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan.

1. Identifikasi Masalah (*Problem Recognition*)

Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen terlebih dahulu dihadapkan pada suatu masalah. Masalah disini adalah kebutuhan akan suatu barang ataupun jasa.

2. Menggali Informasi (*Information Search*)

Konsumen akan berusaha menggali informasi lebih banyak dan lengkap dari berbagai sumber, untuk mendapatkan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tahapan ini, yang menjadi pertimbangan adalah kemampuan daya beli konsumen pada suatu barang atau jasa, manfaat, kualitas, merek – merek alternatif, dan lain – lain.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membeli, selanjutnya mereka mengambil tindakan keputusan pembelian pada suatu produk. Hasil keputusan inilah yang dianggap yang tepat.

5. Sikap Setelah Pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Pasca pembelian suatu barang atau jasa, maka akan muncul kepuasan. Konsumen dikatakan puas apabila apa yang diterimanya sebanding dengan yang diharapkannya. Sebaliknya, konsumen akan merasa tidak puas jika apa yang diharapkan berbanding negatif dengan apa yang diterimanya.

2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler dan Keller 2016:183) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut.

1. Pemilihan produk
2. Pemilihan merek
3. Pemilihan tempat penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Pandangan Islam

2.6.1 Pemasaran Ditinjau dari Perspektif Islam dan Al-Qur'an

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribada kepada Tuhan Yang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Dalam surah al-Furqon ayat 20, Allah SWT berfirman.

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ
فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا


Artinya: "Dan kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar, dan kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain, maukah kamu bersabar? dan adalah Tuhanmu maha melihat" (Q.s Al-Furqon ayat 20).

Ayat di atas menegaskan bahwa seorang rasul pun tetap melakukan aktivitas ekonomi khususnya perekonomian islam di pasar. Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (29)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian“ (QS. An-Nisa ayat 29).

Teguran Allah juga tentang perdagangan atau perekonomian dalam surah Al-Muthaffifiin ayat 1-3.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٥﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿١٦﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ وَأَوزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿١٧﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (Al-Muthaffifiin ayat 1-3).

2.6.2 Makna Umum Ayat

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Sebelumnya telah diterangkan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta, seperti harta anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, dan segala bentuk transaksi lainnya harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari’at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah

menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayangnya, dari ayat tersebut dapat kita ketahui.

1. Rasulullah adalah seorang pedagang islam yang sangat mulia akhlaknya. Beliau mencontohkan bahwa berdagang yang jujur dan ridho karena Allah itu adalah baik di mata Allah SWT.
2. Perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek-material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian.
3. Yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik..
4. Penjelasan mengenai sasaran atau customer dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat.
 - a. Materi yang halal
 - b. Proses pengolahan yang bersih (thaharah), dan
 - c. Penyajian yang islami

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
1.	Risa Ratna Gumilang, (2018)	Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi Di Kota Sumedang	Independen: (X1) Citra Merek (X2) Harga (X3) Kualitas Produk Dependen: (Y1) Keputusan Pembelian	Sama sama menggunakan variabel Independen: (X1) Citra merek dan (X3) Kualitas Produk Dependent: (Y2) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Sumedang
2.	Maria Magdalena, Wilzarwan, (2020)	Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone oppo pada toko max-indo di Kota Padang	Independen: (X1) Kualitas produk (X2) Citra merek Dependent: (Y) Keputusan pembelian	Sama sama menggunakan variabel Independen: (X1) Kualitas produk (X2) Citra merek Dependent: (Y) Keputusan pembelian	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan citra merek, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek oppo di toko max-indo Padang
3.	Evelyn Wijaya, Laila Afni, Stefani Chandra, (2021)	Pengaruh gaya hidup, inovasi produk, harga dan citra	Independen: (X1) Gaya hidup (X2) Inovasi produk	Sama sama menggunakan variabel Independen: (X1) Gaya	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa gaya hidup, inovasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
		merek terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> samsung di Kota Pekanbaru	(X3) Harga (X4) Citra merek Dependent: (Y) Keputusan pembelian	hidup (X4) Citra merek Dependent: (Y) Keputusan pembelian	produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup dan citra merek menjadi variabel yang dominan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen
4.	Pratama, Dimas Wahyu, (2021)	Pengaruh gaya hidup, citra merek dan <i>celebrity endorser</i> terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> oppo di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta	Independen: (X1) Gaya hidup (X2) Citra merek (X3) Celebrity endorser Dependent: (Y) Keputusan pembelian	Sama sama menggunakan variabel Independen: (X1) Gaya hidup (X2) Citra merek Dependent: (Y) Keputusan pembelian	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel citra merek merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk <i>smartphone</i> oppo
5.	Wahyu, Safitri, (2021)	Pengaruh kualitas produk, citra merek dan	Independen: (X1) Kualitas produk (X2) Citra	Sama sama menggunakan variabel Independen:	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
		gaya hidup terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> samsung (Studi kasus pada warga RW014 Kelurahan Pisang Baru)	merek (X3) Gaya hidup Dependent: (Y) Keputusan pembelian	(X1) Kualitas produk (X2) Citra merek (X3) Gaya hidup Dependent: (Y) Keputusan pembelian	produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan kualitas produk, citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara bersama terhadap keputusan pembelian

Sumber: Olahan Penulis 2022

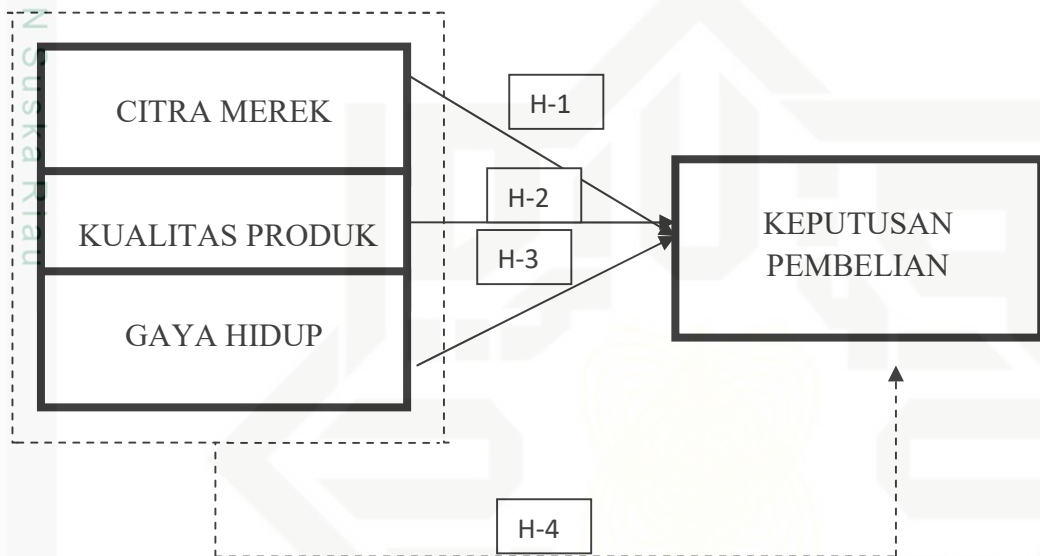
2.8 Kerangka Pemikiran

Menurut (Sugiyono, 2019:95) kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tinjauan landasan dan penelitian terdahulu, maka penulis membuat kerangka pemikiran secara teoritis untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, seperti yang tersaji dalam gambar berikut.

Gambar2.1 Skema Kerangka Berfikir



Sumber: Olahan Penulis 2022

Keterangan:

- > = Pengaruh Secara Parsial
- - - - -> = Pengaruh Secara Simultan

2.9 Konsep Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menurut (Sugiyono, 2019:69) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah.
 - a. X1 = Citra Merek
 - b. X2 = Kualitas Produk
 - c. X3 = Gaya Hidup
2. Menurut (Sugiyono, 2019:69) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Citra Merek (X1)	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. (Kotler, 2013:346)	1. Atribut 2. Manfaat 3. Nilai Menurut (kotler, 2013:349)	Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. (Kotler dan Keller, 2012:121)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk 2. Fitur 3. Penyesuaian 4. Kualitas kinerja 5. Kualitas kesesuaian 6. Ketahanan 7. Keandalan 8. Kemudahan perbaikan 9. Gaya 10. Desain Menurut (Kotler dan Keller, 2012:8)	Skala Likert
3	Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat dan pendapat. (Kotler dan Keller, 2016:187)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas 2. Minat 3. Pendapat Menurut (Kotler dan Keller dalam Vivi Endah Sari, 2019)	Skala Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan tempat penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran Menurut (Kotler dan Keller, 2016:183)	Skala Likert

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Keller (2016:194)		
--	--	--	--

Sumber: Data Olahan Penulis 2022

2.10 Hipotesis Penelitian dan Pengaruh Antar Variabel

Menurut (Sugiyono, 2019:99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel *independent* dan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *dependent* berpengaruh positif atau negatif sehingga hipotesis tersebut perlu di uji. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang masalah serta berpegang pada telaah pustaka yang masih bersifat teoritis, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

2.10.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Auliannisa Gifani dan Syahputra, 2017) terbukti bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Mahasiswa Universitas Telkom.

H1: Diduga citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone.

2.10.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aldini Novta Martini, Ahmad Feriyansyah dan Sella Venanza, 2021) terbukti bahwa kualitas produk memiliki



pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo di Kota Pagar Alam.

H2: Diduga kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone.

2.10.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Winda A Solihin, Benhard Tewel dan Rudy wenas, 2020) terbukti bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* (Studi pada Mahasiswa UNSRAT di Manado).

H3: Diduga gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone.

2.10.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyu dan Safitri, 2021) terbukti kualitas produk, citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung (Studi kasus pada warga Rw 014 Kelurahan Pisang Baru)

H4: Diduga citra merek, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 - Maret 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data primer

Menurut (Sugiyono, 2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau langsung dari objek penelitian yang dilakukan. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuisioner yang diisi oleh responden Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3.2.2 Data sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018:137) data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang dimaksud berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisis kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data ini biasanya diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2019:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Peneliti membuat daftar pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek *iphone* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dari kuisisioner tersebut responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan jawaban yang telah ditentukan sebagai berikut.

Tabel 3.1Skala Pengukuran

No.	Kriteria	Skor	Internal
1.	Sangat Setuju (SS)	5	80% - 100%
2.	Setuju (S)	4	60% - 79,99%
3.	Cukup Setuju (CS)	3	40% - 59,99%
4.	Tidak Setuju (TS)	2	20% - 39,99%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	<20%

Sumber: Sugiyono, 2014

3.3.2 Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2020:114 2019) wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga



dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik pengumpulan data ini dilakukan baik secara langsung atau tidak langsung terhadap pengguna *smartphone* merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3.3.3 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan *smartphone* merek iphone. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut, (Sugiyono, 2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini adalah pengguna *smartphone* merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang jumlahnya belum diketahui secara pasti.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti. Maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 96,04 merupakan bilangan berkoma, maka pada perhitungan yang menghasilkan bilangan berkoma sebaiknya



dibulatkan ke bilangan bulat terdekat. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Sampel

Secara umum teknik pengambilan sampel dibedakan menjadi dua macam, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* digunakan ketika terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Nonprobability Sampling* digunakan ketika tidak terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *Accidental Sampling* dalam *Nonprobability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016:124) *Sampling Insidental* atau *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini pertimbangan tersebut berdasarkan karakteristik sebagai berikut.

1. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan *smartphone* merek *iphone* baik laki-laki maupun perempuan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019:17) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.7 Uji Kualitas Data

Untuk menemukan batas-batas kebenaran, ketepatan alat ukur (kuisisioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Kriteria Pengujian Validitas.

1. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan tidak valid.
2. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan maupun pernyataan adalah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018:45) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner

dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria uji reliabilitas.

1. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $Cronbach\ Alpha > 0,70$.
2. Suatu konstruk atau variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai $Cronbach\ Alpha < 0,70$.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018:159) uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan.

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang terdistribusi normal. Tes normalitas karena itu tidak dilakukan untuk setiap variabel, tetapi untuk nilai residual. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas dengan analisis grafik adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh dari sampel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov, dan kriteria pengujian $\alpha = 0.05$, maka:

1. Jika $\alpha \text{ sig} \geq \alpha$ berarti data sampel berdistribusi normal.
2. Jika $\alpha \text{ sig} \leq \alpha$ berarti data sampel berdistribusi tidak normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Untuk mengetahui apakah pada data penelitian mengandung multikolinieritas atau tidak, dapat didasarkan pada asumsi berikut.

1. Apabila nilai VIF > 10 dan nilai *Tolerance* < 0.1 , maka data dapat dikatakan mengandung multikolinieritas.
2. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.1 , maka data dapat dikatakan tidak mengandung multikolinieritas.

3.8.3 Uji autokorelasi

Menurut **suliyanto (2011)** uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t , jika ada berarti terdapat autokorelasi. Dalam penelitian ini keberadaan autokorelasi di uji dengan Durbin Watson dengan kriteria sebagai berikut.

1. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut **(Ghozali, 2018:120)** uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, **(Ghozali, 2013)**. Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan model uji glejser. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan model uji glejser adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika nilai signifikasi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.9 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Menurut (Sugiarto dan Harijono dalam Suliyanto 2011) pada awalnya uji atau analisis regresi berganda dikembangkan oleh para ahli ekonometrik untuk membantu meramalkan akibat dari aktivitas-aktivitas ekonomi pada berbagai segmen ekonomi. Berikut adalah persamaan dari uji regresi berganda dalam penelitian:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y :Keputusan Pembelian

α : Konstanta

X1 :Citra Merek

X2 :Kualitas Produk

X3 :Gaya Hidup

B1 : Koefisien Regresi untuk Variabel Citra Merek

B2 : Koefisien Regresi untuk Variabel Kualitas Produk

B3 : Koefisien Regresi untuk Variabel Gaya hidup

ε : Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2018:179) uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Uji T yaitu suatu uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *independent* (X1: citra merek, X2: kualitas produk, X3: gaya hidup) secara parsial atau individual terhadap variabel *dependent* (Y: keputusan pembelian). Nilai T hitung digunakan untuk menguji pengaruh parsial (per variabel) variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ Sig $< \alpha$ maka:

H_0 ditolak, H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra merek, kualitas produk, gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau.

2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ Sig $> \alpha$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra merek, kualitas produk, gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018:179) uji pengaruh bersama-sama (*joint*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama atau *joint* mempengaruhi variabel *dependent*.

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah semua variabel *independent* (X1: citra merek, X2: kualitas produk, X3: gaya hidup) yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent* (y: keputusan pembelian). Menentukan F table dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha=0,05$) dengan kriteria sebagai berikut.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ Sig < 0,05 maka terdapat pengaruh X secara simultan pengaruh terhadap variabel Y
2. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ Sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

3.11 Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2013:95) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*. Secara umum koefisien determinasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara

Uji Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase semua pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* semakin besar *adjusted* R^2 suatu variabel *independent*, maka menunjukkan semakin dominan pengaruh variabel *dependent*. Nilai *adjusted* R^2 yang telah di sediakan adalah antar 0 dan sampai 1. Apabila terdapat nilai *adjusted* R^2 bernilai negatif, maka di anggap bernilai 0 (nol) (Humairoh 2019:62).

Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel *independent*. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel *independent* tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel *dependent*. Untuk menentukan keeratan dari hubungan atau korelasi antar variabel, dapat di lihat pada ketentuan di bawah ini.

Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval koefisien	Tingkat pengaruh
0% - 19,99%	Sangat lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber: sugiyono, 2012:186

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Profil Iphone

4.1.1 Sejarah Berdirinya Iphone

Gambar 4.1 Logo iphone



Sumber: <https://www.google.com/search?q=logo+iphone>

Pengembangan cikal bakal iPhone berawal pada tahun 2004, ketika *apple* mulai mengumpulkan tim yang terdiri dari 1.000 karyawan, dipimpin oleh ahli perangkat keras Tony Fadell, ahli perangkat lunak Scott Forstall dan ahli desain Sir Jonathan Ive untuk menggarap "*Project Purple*" yang sangat rahasia. CEO *apple* Steve Jobs mengalihkan fokus bisnis awal perusahaan dari tablet (yang kemudian dikembangkan kembali oleh *apple* dalam bentuk iPad) ke telepon genggam. *Apple* menciptakan perangkat tersebut melalui kerjasama rahasia dengan *Cingular Wireless* (kelak menjadi *AT&T Mobility*), dengan biaya pengembangan diperkirakan sebesar US\$150 juta selama tiga puluh bulan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Steve Jobs, kata "i" pada "iMac" (juga pada "iPod", "iPhone" dan "iPad") adalah singkatan dari internet, individu, instruksi, informasi, dan inspirasi.

Apple menolak pendekatan “desain komite” yang menghasilkan Motorola ROKRE1, kolaborasi besar-besaran yang tidak sukses dengan Motorola. Kekurangannya, perangkat tegar ROKR E1 membatasi penyimpanannya 100 lagu iTunes untuk menghindari persaingan dengan iPod nano milik *apple*. Cingular membebaskan *apple* untuk mengembangkan perangkat keras dan perangkat lunak iPhone secara internal, dan bahkan ikut menyumbangkan sebagian pendapatan layanan bulannya kepada *apple* (sampai iPhone 3G), dengan imbalan *Cingular* memperoleh hak penjualan iPhone di AS secara eksklusif selama empat tahun. Jobs mengumumkan iPhone kepada publik pada 9 Januari 2007 di acara konvensi Macworld 2007 di Moscone Center, San Francisco.

Dua model awal, yakni model 4 GB dengan harga US\$499 dan model 8 GB dengan harga US\$599, mulai dijual di Amerika Serikat pada 29 Juni 2007 pukul 18.00 waktu setempat. Reaksi bersemangat atas peluncuran iPhone menyebabkan beberapa media menjulukinya 'telepon Yesus'. Setelah keberhasilan perilisan di AS, iPhone generasi pertama segera tersedia di Inggris, Prancis, dan Jerman pada November 2007, serta di Irlandia dan Austria pada musim semi 2008. Pada 11 Juli 2008, *apple* merilis iPhone 3G di dua puluh dua negara, termasuk di enam negara sebelumnya. *Apple* merilis iPhone 3G di lebih dari delapan puluh negara dan wilayah. Pada 11 Januari 2011, Verizon mengumumkan dalam jumpa pers bahwa mereka telah bersepakat dengan *apple* dan akan mulai menjual iPhone 4 CDMA.



Verizon mengungkapkan prapemesanan iPhone 4 akan tersedia pada 3 Februari, dengan tanggal perilisan diumumkan pada 10 Februari. Pada bulan Februari 2011, iPhone Verizon bersumbangsih terhadap 4,5% tayangan iklan iPhone di AS pada jaringan iklan di media daring. Dari 2007 sampai 2011, *apple* menghabiskan \$647 juta untuk mengiklankan iPhone di Amerika Serikat. Pada tanggal 27 September 2011, *apple* menyebarkan undangan acara pers yang akan diadakan pada tanggal 4 Oktober 2011 pukul 10.00 pagi di kantor pusat Cupertino untuk mengumumkan rincian iPhone generasi berikutnya, yaitu iPhone 4S. Lebih dari 1 juta unit 4S terjual dalam 24 jam pertama setelah dirilis pada Oktober 2011. Akibat banyaknya iPhone yang diproduksi dan harga jual yang tinggi, *apple* menjadi vendor telepon genggam terbesar di dunia berdasarkan pendapatan pada saat itu, melampaui Nokia, penguasa pasar sebelumnya.

Operator telekomunikasi Amerika, *CSpire Wireless*, mengumumkan akan terhubung dengan iPhone 4S pada 19 Oktober 2011. Pada Januari 2012, *apple* melaporkan pendapatan kuartal terbaiknya, dengan 53% pendapatannya berasal dari penjualan 37 juta iPhone, dengan harga jual rata-rata hampir \$660 per unit. Harga jual rata-rata cukup konstan jika dibandingkan dengan masa pakai ponsel, berkisar antara \$622 dan \$660 per unit. Menurut IHS iSuppli, harga produksi iPhone 4S diperkirakan \$188, \$207 dan \$245 untuk model 16 GB, 32 GB dan 64 GB pada Oktober 2011. Biaya tenaga kerja diperkirakan berkisar antara \$12,50 dan \$30 per unit, dengan para buruh perakitan iPhone diupah \$1,78 per jam. Pemasok perangkat keras *apple* mengungkapkan bahwa *apple* sedang menguji layar yang lebih besar untuk iPhone dan iPad.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada 10 September 2013, *apple* mengumumkan dua model iPhone baru saat jumpa pers Cupertino. iPhone 5C, versi perangkat harga menengah yang dirancang untuk meningkatkan aksesibilitas dengan harga lebih murah, yang tersedia dalam lima pilihan warna (hijau, biru, kuning, merah muda, dan putih) dengan badan berbahan plastik. iPhone 5S hadir dalam tiga warna (hitam, putih, emas) dan tombol layar utama diganti dengan pemindai sidik jari (*touch ID*). Kedua ponsel ini mulai dijual pada 20 September 2013. Pada 9 September 2014, *apple* mengumumkan iPhone 6 dan iPhone 6 Plus dalam suatu acara di Cupertino. Kedua perangkat memiliki layar yang lebih besar dari pendahulunya, masing-masing berukuran 4,7 inci (1.200 mm) dan 5,5 inci (1.400 mm).

Setelah iPhone 6 dan 6 Plus dirilis, beberapa pengguna mengeluh tentang masalah iPhone 6 dan 6 Plus yang membengkok dari bentuk normal. Masalah ini dikenal sebagai "*Bendgate*", yang kemudian memicu masalah layar sentuh. Untuk mengatasi masalah ini, *apple* lalu merilis iPhone 6S dan 6S Plus yang lebih tahan bengkok daripada iPhone 6 dan 6 Plus. Pada 7 September 2016, *apple* meluncurkan iPhone 7 dan 7 Plus, yang menambahkan fitur kedap air dan debu, peningkatan kinerja sistem dan grafis, fitur dua kamera baru pada model Plus, opsi warna baru, dan penghapusan dukungan penyuar kuping jack 3.5 mm dari iPhone. Pada 12 September 2017, *apple* secara resmi meluncurkan iPhone 8 dan 8 Plus, dengan desain berbahan kaca, peningkatan fitur kamera, layar *True Tone*, pengisian daya nirkabel, dan peningkatan kinerja sistem.

Apple juga meluncurkan iPhone X, dengan desain layar hampir tanpa bingkai (*bezel-less*), fitur pengenalan wajah "*Face ID*" disertai pemindaian wajah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk Animoji, layar OLED dengan kerapatan piksel tertinggi pada iPhone, lensa telefoto baru yang berfungsi lebih baik dalam kondisi kurang cahaya, dan peningkatan fungsi kamera untuk AR.

Pada 12 September 2018, *apple* secara resmi meluncurkan iPhone XS, XS Max dan XR di Steve Jobs Theater di *apple Park*. XS dan XS Max dibekali Layar Super Retina dengan dukungan *Dolby Vision* dan HDR10. XS Max memiliki layar lebih besar berukuran 6,5 inci (1.700 mm), kamera yang lebih canggih dengan *Smart HDR*, dan *chip Bionic A12*. iPhone XS dan XS Max dilengkapi fitur IP68 kedap air, cairan, dan debu yang memungkinkan perangkat tahan rendaman sampai kedalaman 2 meter selama 30 menit, sedangkan iPhone XR tetap mempertahankan sertifikasi IP67 seperti di iPhone X generasi pertama dan iPhone XS. XR juga masih dibekali layar IPS LCD, bukannya layar OLED yang disematkan pada model premium. Sertifikasi IP68 pada iPhone XS/XS Max diuji menggunakan berbagai cairan seperti air terklorinasi, air asin, teh, anggur, bir, dan jus. Pada saat bersamaan *apple* juga mengumumkan perilisan *Apple Watch* generasi keempat.

Pada 10 September 2019, *apple* secara resmi meluncurkan iPhone 11 di Steve Jobs Theater, bersamaan dengan iPhone 11 Pro dan iPhone 11 Pro Max. Semua model dibekali lensa ultra lebar, yang memunculkan bidang pandang lebih luas. Model Pro memiliki fitur kamera tiga lensa, dan dilapisi bahan kaca matte. Seri iPhone 12 dan 12 Pro diumumkan secara virtual pada 13 Oktober 2020, dengan desain yang diperbarui, dilengkapi Layar XDR Super Retina di semua model, dan konektivitas 5G. Semua model juga dilengkapi dukungan *MagSafe*,

yaitu aksesoris magnetik khusus yang bisa ditempel di perangkat pengisian daya nirkabel 15 Watt.

Seri iPhone 13 dan 13 Pro diumumkan secara virtual pada 14 September 2021. Seri ini menawarkan peningkatan fungsi kamera dengan fitur stabilisasi pergeseran sensor untuk semua model, susunan kamera diagonal untuk iPhone 13 dan 13 Mini, sensor kamera yang jauh lebih besar, dan layar ProMotion 120 Hz yang adaptif untuk model Pro. Semua model juga mendapatkan peningkatan kapasitas baterai, dan pengurangan lebar modul kamera *TrueDepth*.

4.1.2 Tipe Tipe Iphone

Berikut ini adalah model-model tipe *smartphone* iphone dari generasi ke generasi.

Tabel 4.1 Tipe-Tipe Iphone dan Tahun Rilis

No	Tipe Iphone	Tahun
1	Iphone 14, Iphone 14 Plus, Iphone 14 Pro, Iphone 14 Pro Max	7 September 2022
2	Iphone 13, Iphone 13 Mini, Iphone 13 Pro, Iphone 13 Pro Max	24 September 2021
3	Iphone 12, Iphone 12 Pro	23 Oktober 2020
4	Iphone 12 Mini, Iphone 12 Pro Max	13 November 2020
5	Iphone SE (Generasi ke-2)	24 April 2020
6	Iphone 11, Iphone 11 Pro, Iphone 11 Pro Max	20 September 2019
7	Iphone XS, Iphone XS Max	21 September 2018
8	Iphone XR	26 Oktober 2018
9	Iphone X	3 November 2017
10	Iphone 8, Iphone 8 Plus	22 September 2017
11	Iphone 7, Iphone 7 Plus	16 September 2016
12	Iphone SE (Generasi ke-1)	29 Juni 2007
13	Iphone 6S, Iphone 6S Plus	25 September 2015
14	Iphone 6, Iphone 6 Plus	19 September 2014
15	Iphone 5C, Iphone 5S	20 September 2013
16	Iphone 5	21 September 2012
17	Iphone 4S	14 Oktober 2011
18	Iphone 4	24 Juni 2010
19	Iphone 3GS	19 Juni 2009

20	Iphone 3G	11 Juli 2008
----	-----------	--------------

Sumber: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/IPhone>

4.1.3 Visi, Misi dan tujuan Perusahaan *Apple*

Visi

“Apple di setiap meja.”

Misi

“Apple berkomitmen untuk membawa pengalaman komputasi personal terbaik kepada siswa, pendidik, profesional kreatif dan konsumen di seluruh dunia melalui inovatif software, hardware dan persembahan internet.”

Tujuan

“Mendesain dan membangun lalu memberikan barang-barang bagus ke masyarakat.”

4.2 Lokasi Penelitian

4.2.1 Sejarah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska Riau) dalam bahasa arab adalah *ميتوكدلا الإسلامية قاسم شريف السلطان جامعة ريباو* dan dalam bahasa Inggris adalah *State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau* merupakan hasil pengembangan atau peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 16 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 16 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali. IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Masjid Agung An-Nur Pekanbaru.

Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan. IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh pemerintah daerah dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diresmikan penggunaannya oleh Gubernur kepala daerah tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana atau PPs IAIN SUSQA Pekanbaru. Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendikiawan se-Provinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum).

Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Suska telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusanm atau Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan atau Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan. Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara intergral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum. Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana.

Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru. Lahan kampus di km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m² untuk 70 lokal ruang kuliah. Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.

Sejak berdirinya IAIN Susqa sampai menjadi UIN Suska hingga sekarang ini telah beberapa kali mengalami pergantian pimpinan, sebagai berikut.

Tabel 4.2 Daftar Nama Rektor UIN Suska Riau

No	Nama	Periode
1	Prof. H. Ilyas Muh. Ali	1970 – 1975
2	Drs. H. A. Moerad Oesman	1975 – 1979
3	Drs. Soewarno Ahmady	1979 – 1987
4	Drs. H. Yusuf Rahman, Ma	1987 – 1996
5	Prof. Dr. H. Amir Luthfi	1996 – 2000

6	Prof. Dr. H. Amir Luthfi	2000 – 2005
7	Prof. Dr. H. M. Nazir	2005 – 2010
8	Prof. Dr. H. M. Nazir	2010 – 2014
9	Prof. Dr. H. Munzir Hitami, Ma	2014 – 2018
10	Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag	2018 – 2020
11	Prof. Dr. Hairunas, M.Ag	2021 – Sekarang

Sumber: <https://www.uin-suska.ac.id>

4.2.2 Visi, Misi, Karakteristik dan Tujuan

Visi

“Terwujudnya UIN Suska Riau sebagai perguruan tinggi Islam yang gemilang dan terbilang dalam mengembangkan ilmu keislaman, sains, teknologi dan atau seni secara integratif di kawasan Asia pada Tahun 2025”

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran berbasis integrasi ilmu, teknologi dan atau seni dengan Islam untuk menghasilkan sumber daya manusia yang saleh, moderat, cerdas dan berkualitas secara akademik.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian yang inovatif dan tepat guna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni yang terintegrasi dengan Islam.
3. Menyelenggarakan pengabdian berbasis integrasi ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni dengan Islam yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan.
4. Menyelenggarakan tata kelola universitas yang baik (*good university governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karakteristik

1. Pengembangan paradigma ilmu yang memberi penekanan pada rasa iman dan tauhid (*belief affection*).
2. Pengembangan berbagai cabang ilmu pengetahuan dengan pendekatan religius sehingga nilai-nilai Islam menjadi roh bagi setiap cabang ilmu pengetahuan dengan penerapan prinsip Islam dalam Disiplin Ilmu (IDI) sebagai upaya riil mewujudkan integrasi ilmu dengan Islam.
3. Penyelenggaraan beberapa disiplin ilmu untuk mencapai standar kompetensi ilmu-ilmu keislaman yang memperkuat domain akidah, ibadah, muamalah dan akhlak.
4. Pembinaan dan pengembangan lingkungan yang madani sesuai dengan nilai-nilai Islam melalui program Ma'had 'Al-jami'ah.
5. Perwujudan keunggulan akademik dan profesionalisme yang didasarkan pada moral keagamaan dalam kehidupan kampus.
6. Pengembangan studi Regional Islam Asia Tenggara dan Tamaddun Melayu sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*).

Tujuan

1. Menghasilkan lulusan yang saleh, moderat, cerdas dan berkualitas secara akademik serta memiliki cara pandang dunia yang Islami (*Islamic worldview*).
2. Menghasilkan penelitian inovatif, integratif dan tepat guna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

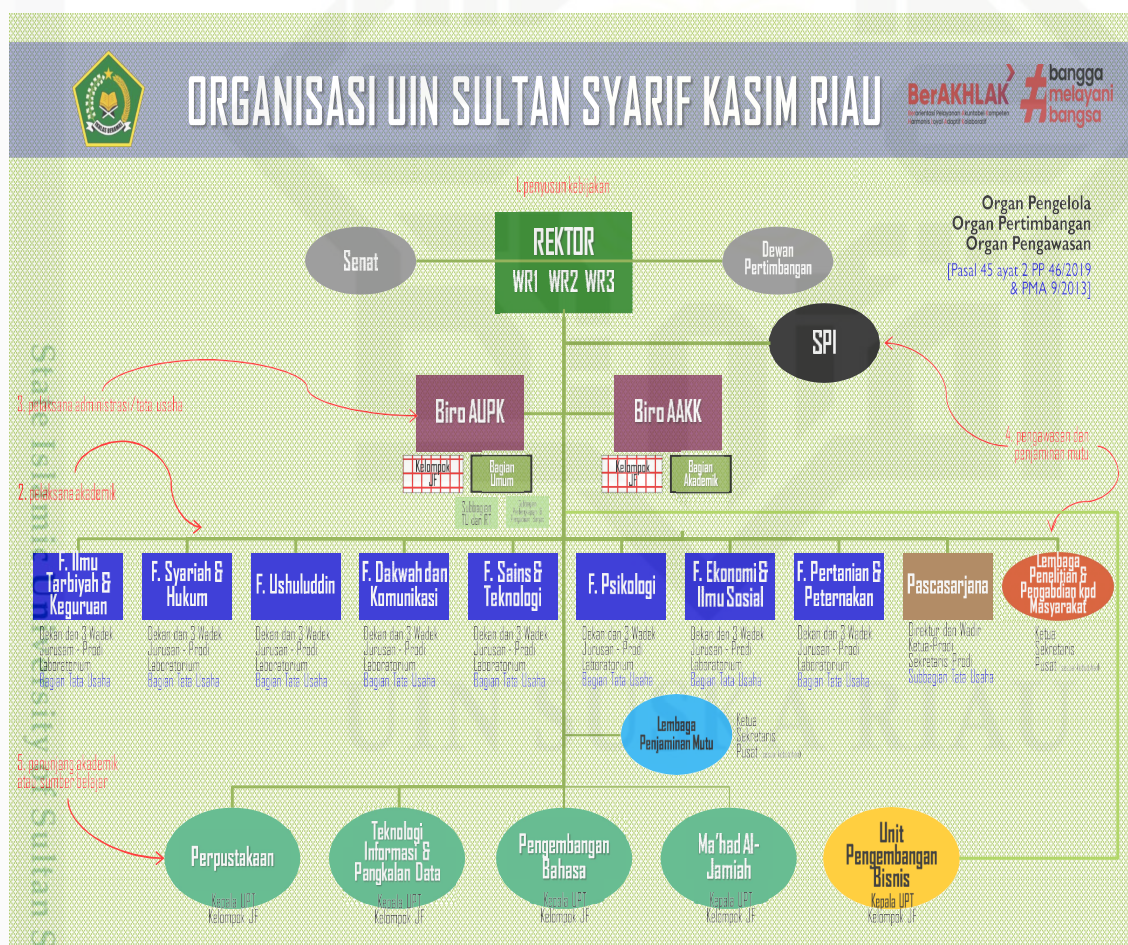
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Memberikan pengabdian dan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan
4. Menghasilkan tata kelola yang adaptif dengan sistem dan teknologi berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, bertanggung jawab, independensi dan kewajaran.

4.2.3 Struktur Organisasi

Berikut merupakan struktur gambar organisasi universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Sumber: Tahun 2023



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah.

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone. Khususnya pada pernyataan, Saya dapat mengingat dengan cepat logo atau simbol dari *smartphone* iphone, maka dari itu semakin tinggi variabel citra merek diterapkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **(Auliannisa Gifani dan Syahputra, 2017)**
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone. Khususnya pada pernyataan, *Smartphone* iphone memiliki banyak fitur yang saya inginkan, maka dari itu semakin tinggi variabel Kualitas Produk diterapkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **(Aldini Novta Martini, Ahmad Feriyansyah dan Sella Venanza, 2021)**
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iphone. Khususnya pada pernyataan, Saya membeli *smartphone*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

iphone karena hasil kamera yang sangat bagus, maka dari itu semakin tinggi variabel gaya hidup diterapkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **(Winda A Solihin, Benhard Tewal dan Rudy wenas, 2020)**

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk sebagai bahan pertimbangan terhadap perusahaan diwaktu yang akan datang yaitu sebagai berikut.

1. Kepada perusahaan iphone agar selalu memperhatikan bentuk logo nya agar supaya tetap sesuai elegan dan menarik dari waktu ke waktu.
2. Kepada perusahaan iphone agar selalu melakukan terobosan terobosan inovasi terbaru, baik itu sistemnya atau model tipe iphonenya.
3. Kepada perusahaan iphone agar berusaha semaksimal mungkin untuk selalu meningkatkan kualitas kameranya.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. & Zulkarnain, M. & Astuti, Y. (2020). *Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. Jurnal Ekonomi Perjuangan Vol. 2. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase. Langsa.
- Andelina, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap keputusan Pembelian Vivo Smartphone pada Mahasiswa Fisipol UIR*. Skripsi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Asmara, M, A. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.6. Universitas Samudra. Langsa.
- Ashari, A, P. & Hardiyono & Aswar, N, F. (2020). *Analisi Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makassar*. *Management Development and Applied Reserach Journa* Vol.3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar. Makassar.
- Fany. & Dunan, H. (2022). *Pengaruh Kelompok Acuan, Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopeepay di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan Vol. 1. Bandar Lampung University. Lampung.
- Gifani, A. & Syahputra. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Telkom*. Jurnal Binis dan Iptek Vol. 10. Universitas Telkom. Bandung.
- Gunawan, R. & Deni Azhar. (2020). *Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor* . Jurnal Visionida, Vol 6 No1. Universitas Djuanda. Bogor.
- Harti, Eva Cahya. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series di Counter Insight Plaza Marina Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Hasibuan, N, H, S, F & Hutami, R, R, F. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bandung. E- Proceeding of Management Vol. 7 (hlm.). Bandung. Universitas Telkom.

Herawati. & Khoiratunnisa. (2022). *Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone di Kabupaten Bungo*. Jurnal Manajemen Sains Vol.2. Universitas Muara Bungo.

Hermawan Ditiya.,et all. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Eiger Di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Akuntansi Vol.3 No.1. Universitas Samudra. Langsa.

Magdalena, M. & Wilzarwan. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo pada Toko Max-Indo di Kota Padang*. Jurnal Pundi Vol.03. Padang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP.

Martini, A, N. & Feriansyah, A. & Venanza, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam* . Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Institut Teknologi dan Bisnis (ITBis). Pagar Alam.

Mustika, D. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. Skripsi. UMSU. Medan.

Nurlinda, M, F, N. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone*. Jurnal Forum Ilmiah Vol. 18. Universitas Esa Unggul. Jakarta.

Oktavianingsih, I. & Setyawati, H, A. (2020). *Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Kebumen.

Pandu'u, D, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Pradana,D. & Hudayah, S. & Rahmawati. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. Journal.feb.unmul Vol.14 . Universitas Mulawarman. Samarinda.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pujiyanto, D. (2022). *Pengaruh Brand Image Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.1. Universitas Darwan Ali (UNDA). Sampit.
- Rakhmawati, I, Y. & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife*. Jurnal Pendidikan Tata Negara Vol. 9 (hlm.) Universitas Negeri Surabaya.
- Setiawan, H, Y. & Alwie, A, F. (2019). *Peran Kualitas Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Merek Apple di Kota Pekanbaru*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. XI (hlm.) Universitas Riau. Pekanbaru.
- Somantri, B. & Afrianka, R. & Fakhurrrazi. (2020). *Pengaruh Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi kasus pada siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi)*. Jurnal Cakrawala Vol. 3. Institut Manajemen Wiyata Indonesia. Sukabumi.
- Sriwahyuni, A. (2018). *Pengaruh Harga, Citra, Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang*. Skripsi. UIN Raden Fatah. Palembang.
- Sulastri. & Puspasari, P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand*. Jurnal Akunatansi dan Manajemen Vol. 2. Universitas Gunadarma.
- Solihin, W, A. & Tewal, B. & Wenas, R. (2020). *Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa UNSRAT di Manado)*. Jurnal EMBA Vol.8. Universitas Sam Ratulangi. Mando.
- Supardin, L. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembeli Produk Berlabel Halal*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Vol.1. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Susanto, D, M. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 10. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya. Bandung

Widianti, I, S. & Suparmono & Barmawi, M, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta*. Jurnal Cakrawansa Bisnis Vol.1. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.

Yudha, I,R, P,A. & Yulianthini, N, Y. (2022). *Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Singaraja*. Jurnal Manajemen Vol. 8. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja.

Sumber:[https://www.google.com/search?q=logo+iphone,](https://www.google.com/search?q=logo+iphone) diakses pada 20 Februari 2023 pukul 13.30 WIB

[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/IPhone,](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/IPhone) diakses pada 05 Maret 2023 pukul 13.00 WIB

[https://www.uin-suska.ac.id/profil/sejarah-ringkas-universitas,](https://www.uin-suska.ac.id/profil/sejarah-ringkas-universitas) diakses pada 10 Maret 2023 pukul 15.00 WIB

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Kepada

masyarakat yang terhormat

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarokatuh

Saya Mulyadi Putra Mahasiswa Jurusan Managemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi mengenai **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU”**. Sehubung dengan itu saya mengharapkan kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang di terima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas Partisipasinya saya ucapkan terimakasih

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Hormat Saya

Mulyadi Putra

A. Identitas Responden

Petunjuk: Berilah tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban dan tuliskan jawaban singkat jika jawaban anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Jenis Kelamin :

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tipe iphone :

<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
5. Berapa lama menggunakan produk iphone:

<input type="checkbox"/> 1 tahun	<input type="checkbox"/> Lebih dari 3 tahun
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun	

B. Petunjuk Pengisian

V Berilah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penilaian:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

A. Citra Merek (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya telah mengenal merek iphone sejak lama					
2	Saya dapat mengingat dengan cepat logo atau simbol dari <i>smartphone</i> iphone					
3	<i>Smartphone</i> iphone memberikan manfaat bagi saya					
4	<i>Smartphone</i> iphone memberikan rasa percaya diri ketika saya menggunakannya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	Dengan menggunakan <i>smartphone</i> iphone akan menjanjikan sebuah nilai tambah pada saya sendiri					
6	<i>Smartphone</i> iphone yang saya gunakan memiliki reputasi yang baik					

B. Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena bentuknya yang menarik					
2	<i>Smartphone</i> iphone memiliki banyak fitur yang saya inginkan					
3	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena sesuai dengan yang saya inginkan					
4	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena kinerja produk sangat baik dan cepat saat digunakan					
5	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena kualitas produk yang dijanjikan sesuai dengan yang saya inginkan					
6	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena produknya tahan terhadap air					
7	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> iphone karena keandalan produk yang menggunakan perangkat					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	berbasis iOS yang multifungsi					
8	Lokasi <i>service center smartphone</i> iphone mudah ditemukan					
9	Saya membeli <i>smartphone</i> iphone karena produk yang dibeli melengkapi gaya hidup saya					
10	Saya membeli <i>smartphone</i> iphone karena tampilan desain yang elegan					

C. Gaya Hidup (X3)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	<i>Smartphone</i> iphone menunjang aktivitas sehari-hari saya					
2	Saya membeli <i>smartphone</i> iphone karena mengikuti tren masa kini					
3	<i>Smartphone</i> iphone banyak digunakan di kalangan mahasiswa saat ini					
4	Saya membeli <i>smartphone</i> iphone karena hasil kamera yang sangat bagus					
5	<i>Smartphone</i> iphone merupakan produk yang telah mengalami perkembangan inovasi yang semakin meningkat					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya memilih produk iphone karena produk nya sesuai dengan yang					

	saya inginkan					
2	Saya memilih produk iphone karena mereknya sudah terkenal					
3	Pembelian <i>smartphone</i> iphone banyak tersedia di <i>store</i> terdekat					
4	Saya membeli iphone pada saat membutuhkan produk tersebut					
5	Saya membeli iphone dengan jumlah satu <i>smartphone</i>					
6	Saya membeli iphone dan membayar secara tunai					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 2
TABULASI DATA

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Citra Merek (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	x1.6	TOTAL X1
5	5	4	4	5	4	27
5	5	4	5	5	4	28
4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
4	5	2	2	4	4	21
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	2	4	4	22
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	4	29
5	4	2	2	5	4	22
4	4	3	2	2	4	19
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	2	27
5	5	4	4	5	3	26
4	5	5	4	4	3	25
5	5	4	4	5	3	26
5	5	5	5	5	3	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	5	23
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	3	5	4	27
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	3	28
5	5	4	3	4	3	24
5	5	5	3	4	2	24
5	5	5	5	4	2	26
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	5	4	29
4	4	5	5	4	5	27
5	4	5	4	4	5	27
4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	4	5	3	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	5	5	5	3	26
4	4	4	3	5	3	23
4	5	5	4	5	3	26
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	4	5	2	26
4	4	5	3	4	2	22
5	5	4	2	4	2	22
4	5	5	5	4	1	24
5	4	5	3	4	4	25
4	4	4	3	3	4	22
5	5	5	5	5	4	29
5	5	4	2	4	5	25
4	4	4	4	3	5	24
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	3	4	5	26
4	4	4	3	4	5	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	3	3	4	5	23
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	4	24
5	5	1	1	5	4	21
5	5	4	4	4	3	25
3	4	4	2	4	3	20
5	5	3	3	4	3	23
5	5	3	3	5	3	24

5	5	5	5	5	3	28
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	5	5	27
4	5	3	3	4	5	24
5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
5	5	2	2	4	4	22
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	3	28
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	3	28
5	4	4	4	4	5	26
4	4	3	4	4	5	24
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	2	4	5	23

Kualitas produk (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	45
4	4	5	4	4	2	4	4	1	5	37
4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	42
2	4	4	4	3	4	4	4	2	3	34
4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
2	4	4	4	4	2	3	3	2	3	31
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	3	4	4	2	2	36
2	5	2	3	4	1	4	2	1	4	28
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	45
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
4	4	5	4	3	4	3	3	3	36
5	5	4	4	4	5	3	5	5	45
5	5	5	5	4	4	5	4	4	46
5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
4	5	4	4	2	4	4	2	4	38
5	4	4	5	3	5	3	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
5	4	4	4	2	3	4	4	4	38
4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
3	5	5	5	3	5	4	4	5	44
4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
4	3	5	5	3	5	1	5	4	40
4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	4	5	4	4	5	5	4	46
5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
1	3	4	3	4	2	4	4	3	31
5	4	4	4	4	3	4	3	4	40
4	5	4	4	3	1	3	3	2	33
4	4	4	3	3	2	3	3	2	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	4	5	5	4	5	4	2	40
4	5	4	4	4	2	5	5	4	41
4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	4	5	5	5	5	49

- a. Penguatipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tirjauan suatu masalah.
- b. Penguatipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	33
4	5	4	5	4	3	3	4	2	4	38
5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	45
4	5	5	5	5	3	1	5	1	1	35
4	5	4	4	4	3	5	2	4	4	39
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
4	5	2	5	5	4	5	4	2	4	40
5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	44
3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	32
4	5	5	5	5	3	4	4	2	3	40
1	5	5	5	1	5	5	5	1	1	34
5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	46
3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	35
2	5	5	5	5	5	5	1	1	4	38
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	42
4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	3	4	3	2	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	3	5	4	1	5	5	4	4	37
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	2	4	4	2	4	37
5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	3	5	5	3	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38

Gaya hidup (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3
5	4	5	5	4	23
5	4	4	5	5	23
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	1	5	4	5	19
5	4	5	5	5	24
4	2	4	5	4	19
4	2	4	5	5	20
3	2	4	4	4	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
2	2	4	5	4	17
4	2	2	5	5	18
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	2	4	4	5	19
3	3	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	2	4	4	5	19
4	3	4	4	4	19
5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	2	5	4	5	20
3	3	4	4	4	18
4	4	5	5	4	22
2	1	3	4	5	15
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	2	5	5	4	20

5	4	4	3	3	19
5	2	4	5	4	20
4	2	2	4	4	16
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	4	23
5	3	5	5	5	23
3	4	5	5	5	22
3	1	2	4	5	15
4	5	5	5	4	23
2	1	2	5	4	14
4	3	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	3	4	5	5	21
5	3	4	5	4	21
5	4	5	5	5	24
5	1	4	5	5	20
3	4	4	5	4	20
4	1	4	4	4	17
4	2	2	5	5	18
5	1	1	3	4	14
4	3	4	5	5	21
5	4	4	5	5	23
5	2	3	5	5	20
4	2	5	5	5	21
3	2	4	4	5	18
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	2	2	2	4	13
5	4	5	5	5	24
4	2	4	4	4	18
3	3	3	4	3	16
5	1	1	1	5	13
4	2	4	5	5	20

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	2	4	4	4	16
3	1	4	5	5	18
4	3	4	5	4	20
3	5	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	2	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	2	4	4	4	18
4	3	4	4	4	19
4	2	5	4	4	19
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
2	3	4	5	5	19
5	5	5	5	5	25
4	3	4	5	5	21
4	2	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	2	4	4	3	17

Keputusan pembelian (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL Y
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	5	2	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	2	5	4	4	5	24
2	4	4	2	4	4	20

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	5	26
5	3	4	4	5	5	26
5	5	4	4	4	5	27
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	3	5	5	26
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	4	25
5	5	3	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	4	4	23
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	2	3	5	22
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	4	26
4	2	4	2	4	4	20
3	5	3	4	3	3	21
5	4	4	5	4	5	27
4	2	4	4	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	3	4	5	27
5	5	5	4	4	5	28
4	2	2	2	4	5	19
4	4	3	4	4	5	24
3	4	4	3	4	5	23
4	4	4	3	3	5	23
5	5	5	5	5	1	26
5	2	4	4	4	4	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	1	2	5	5	5	23
5	5	4	3	5	5	27
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	2	4	22
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	2	2	2	2	4	16
3	3	4	4	4	4	22
5	1	1	5	5	5	22
5	4	3	4	3	5	24
4	4	3	4	4	4	23
4	1	3	5	1	5	19
5	4	4	4	3	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	2	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30



4	5	3	5	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	2	3	4	20

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3
HASIL UJI DATA MENGGUNAKAN SPSS VERSI 22

1. Uji Validitas
Uji Validitas Citra Merek (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	CITRA MEREK
Pearson Correlation	1	,603**	,157	,270**	,412**	,068	,583**
Sig. (2-tailed)		,000	,118	,007	,000	,504	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,603**	1	,229*	,300**	,406**	,018	,610**
Sig. (2-tailed)	,000		,022	,002	,000	,860	,000



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa menuliskan sumber atau nama penulisnya dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan untuk kepentingan akademik, penelitian, penulisan, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation		,157	,229*	1	,718**	,312**	,247*	,764**			
Sig. (2-tailed)		,118	,022		,000	,002	,013	,000			
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation		,270**	,300**	,718**	1	,494**	,209*	,863**			
Sig. (2-tailed)		,007	,002	,000		,000	,037	,000			
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation		,412**	,406**	,312**	,494**	1	,272**	,701**			
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000		,006	,000			
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation		,068	,018	,247*	,209*	,272**	1	,495*			
Sig. (2-tailed)		,504	,860	,013	,037	,006		,013			
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation		,583**	,610**	,764**	,863**	,701**	,246*	1			
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,013				
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	KUALITAS PRODUK
X2.1	Pearson Correlation	1	,348**	,433**	,340**	,495**	,350**	,232*	,372*	,622*	,609**	,719**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,020	,000	,000	,000	,000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak diperkenankan untuk tujuan komersial/kepentingan pribadi.
 2. Dilarang menguraikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KUALITAS	Pearson Correlation	,719**	,570**	,628**	,686**	,679**	,723**	,671**	,638*	,796*	,701**	1
PRODUKSI	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Gaya Hidup (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	GAYA HIDUP
X3.1	Pearson Correlation	1	,484**	,332**	,186	,280**	,662**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,065	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,484**	1	,578**	,353**	,198*	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,048	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,332**	,578**	1	,545**	,243*	,793**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,015	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,186	,353**	,545**	1	,368**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,065	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,280**	,198*	,243*	,368**	1	,491**
	Sig. (2-tailed)	,005	,048	,015	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
GAYA HIDUP	Pearson Correlation	,662**	,840**	,793**	,648**	,491**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	KEPUTUSAN PEMBELIAN
Y1	Pearson Correlation	1	,304**	,345**	,585**	,496*	,423*	,725**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000	,000	,000	,000
	N							



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,304**	1	,596**	,344**	,400*	,052	,705**
Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,000	,610	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,345**	,596**	1	,438**	,397*	,154	,738**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,126	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,585**	,344**	,438**	1	,440*	,245*	,741**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,014	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,496**	,400**	,397**	,440**	1	,284*	,736**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,004	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,423**	,052	,154	,245*	,284*	1	,463**
Sig. (2-tailed)	,000	,610	,126	,014	,004		,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,725**	,705**	,738**	,741**	,736*	,463*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

Citra Merek (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	6

Kualitas Produk (X2)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	10

Gaya Hidup (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,724	5

Keputusan Pembelian (Y)

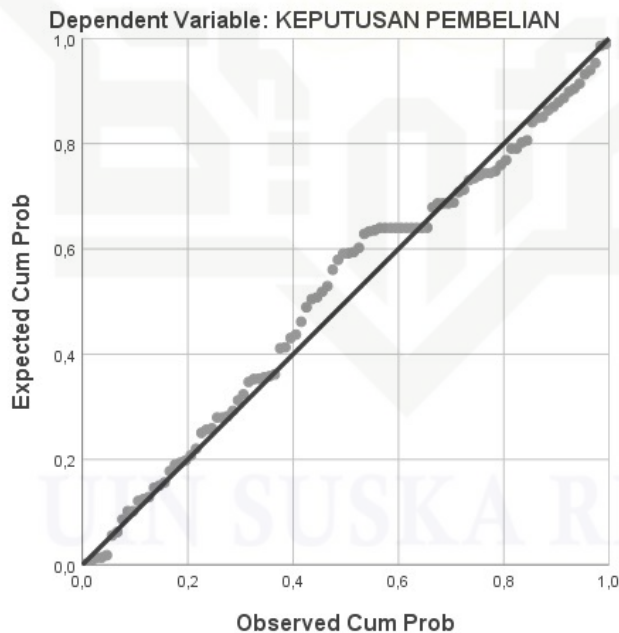
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	6

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji normalitas one sample kolmogorov smirnov

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,01982223
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,040
	Negative	-,102
Test Statistic		,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CITRA MEREK	,361	2,768
	KUALITAS PRODUK	,229	4,369
	GAYA HIDUP	,386	2,589

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,775 ^a	,600	,588	2,051	1,772

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,811	1,860		3,662	,000
	CITRA MEREK	,025	,138	,019	,179	,858
	KUALITAS PRODUK	,262	,076	,464	3,437	,201
	GAYA HIDUP	,349	,107	,340	3,273	,111

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6,811	1,860		3,662	,000
	CITRA MEREK	,025	,138	,019	2,179	,008
	KUALITAS PRODUK	,262	,076	,464	3,437	,001
	GAYA HIDUP	,349	,107	,340	3,273	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

5. Uji Hipotesis

Pengujian Variabel Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6,811	1,860		3,662	,000
	CITRA MEREK	,025	,138	,019	2,179	,008
	KUALITAS PRODUK	,262	,076	,464	3,437	,001
	GAYA HIDUP	,349	,107	,340	3,273	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Pengujian Variabel Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606,221	3	202,074	48,031	,000 ^b
	Residual	403,889	96	4,207		
	Total	1010,110	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP

6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,600	,588	2,051

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Tabel Uji T

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75



LAMPIRAN 4
SURAT IZIN RISET

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.




UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI
 Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/53129
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Nomor : B-748/Un.04/F.VII/PP.00.9/1/2023 Tanggal 17 Januari 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


1. Nama	:	MULYADI PUTRA
2. NIM / KTP	:	11970113739
3. Program Studi	:	MANAJEMEN
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
7. Lokasi Penelitian	:	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 26 Januari 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor UIN SUSKA Riau di Pekanbaru
- 3.* Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

BIOGRAFI PENULIS



Mulyadi Putra, yang akrab disapa mul ini adalah seorang laki-laki yang lahir pada tanggal 29 Oktober 1998. penulis merupakan anak ke tiga dari Ayahanda **Ayusman** dan Ibunda **Saidah**. Riwayat pendidikan formal yang di tempuh penulis ialah SDN 13V Koto Timur dan lulus pada tahun 2012. Pendidikan MTsN Model Padusunan Kota Pariaman pada tahun 2015. Pendidikan SMAN 15 Kota Pekanbaru tamat pada tahun 2018 tahun 2019 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau program studi S1 manajemen dengan konsentrasi manajemen pemasaran di fakultas ekonomi dan ilmu sosial.

Selama masa perkuliahan, penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU”** Pada tanggal 16 desember 2022 penulis mengikuti ujian seminar proposal di fakultas ekonomi dan ilmu sosial dan dinyatakan **“LULUS”** dan pada tanggal 26 juni 2023 penulis mengikuti ujian munaqasah secara offline dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyandang gelar sarjana ekonomi (SE).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Pak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.