

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
DI KALANGAN GEN Z KOTA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI



Nama Mahasiswa :

Pieters Hansdijanto

21.D1.0023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2026

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
DI KALANGAN GEN Z KOTA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**Skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana di Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata**



Nama Mahasiswa :

Pieters Hansdijanto

21.D1.0023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Iphone di kalangan Generasi Z di Kota Jakarta Selatan. Pesatnya perkembangan teknologi digital menjadikan Iphone tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan simbol identitas sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan pengguna iPhone dari Generasi Z di Kota Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive convenience sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian Iphone tidak hanya didasarkan pada pertimbangan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh kesesuaian produk dengan gaya hidup serta persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memperhatikan karakteristik Generasi Z.

Kata kunci: kualitas produk, gaya hidup, keputusan pembelian, iPhone, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and lifestyle on iPhone purchasing decisions among Generation Z in South Jakarta. Rapid digital development has positioned the iPhone not only as a communication device but also as a lifestyle representation and social identity. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 respondents from Generation Z who are iPhone users in South Jakarta. The sampling technique used is purposive convenience sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The results show that product quality and lifestyle have a positive and significant influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously. These findings indicate that iPhone purchasing decisions are influenced not only by functional considerations but also by lifestyle compatibility and consumers' perceptions of product quality. This study is expected to provide practical insights for companies in developing marketing strategies that align with Generation Z characteristics.

Keywords: product quality, lifestyle, purchasing decision, iPhone, Generation Z.