

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI, *BRAND REPUTATION*, DAN *HEDONISM LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE DI BANDAR LAMPUNG

Perusahaan teknologi khususnya smartphone dituntut untuk dapat terus berinovasi yang baru, lebih efisien, unik dan lebih baik dari produk sebelumnya. Perusahaan teknologi yang terus berinovasi akan dapat terus bertahan pada era yang serba cepat ini. Perusahaan yang melakukan inovasi yang ditawarkannya tentunya memiliki tujuan untuk memberikan kebutuhan pasar dan produk dari hasil sebuah inovasi menjadi cara yang dapat dipakai oleh sebuah perusahaan untuk memiliki keunggulan dari perusahaan lainnya. Inovasi yang terus dikembangkan oleh Apple dapat mendasari keputusan konsumen terhadap produk smartphone Iphone. Selain dari segi inovasi, *brand reputation* juga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen sebelum membeli produk. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ketika akan memutuskan untuk membeli produk. Baik berasal dari faktor internal yaitu dalam diri sendiri maupun faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan. Dilihat dari faktor internal, faktor *hedonism lifestyle* merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap proses pembelian suatu produk dan merek dapat menjadi salah satu pemicu seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi produk , *Brand Reputation*, dan *Hedonism Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Bandar Lampung.(studi mahasiswa bandar Lampung” Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan angket. Responden dalam penelitian ini sebanyak 70 orang. Analisa data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Kata kunci : inovasi teknologi fitur, *brand reputation*, *hedonism lifestyle*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, BRAND REPUTATION, AND HEDONISM LIFESTYLE ON IPHONE PURCHASE DECISIONS

Technology companies, especially smartphones, are required to be able to constantly innovating, more efficient, unique, and better products previously. Smartphones that continue to innovate will survive in this fast-paced era. Product innovation can also be used as a competitive advantage. In addition to product innovation, brand reputation and a hedonistic lifestyle are also consumer considerations when buying an iPhone. This study examines the effect of product innovation, brand reputation, and hedonistic lifestyle on purchasing decisions both partially and simultaneously. The research method used is quantitative causality with non-probability and purposive sampling techniques. Data from 70 respondents were analyzed using multiple linear regression, and it was found that product innovation, brand reputation, and hedonistic lifestyle both partially and simultaneously affected iPhone purchasing decisions.

Keywords: product innovation, brand reputation, hedonism lifestyle, purchase decision.