

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Deskripsi Data**

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, pendidikan penghasilan dan usia. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada pengguna i phone di Bandar Lampung dengan total responden sebanyak 100 responden.

#### **4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

Sebelum mengisi pertanyaan mengenai gaya hidup, atribut produk serta keputusan pembelian, responden terlebih dahulu mengisi beberapa pertanyaan yang berupa data pribadi.

##### **4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

**Tabel 4. 1**

**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah (orang)	Persentase
18- 25 Tahun	34	34%
25 - 30 Tahun	43	43%
> 30 Tahun	23	23%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, responden dengan usia 18- 25 tahun sebanyak 34 orang atau (34%), usia 25-30 tahun sebanyak 43 orang atau (43%), usia diatas 30 tahun sebanyak 23 orang atau (23%). Dengan demikian dapat simpulkan bahwa

sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 25-30 tahun.

#### 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 2**

##### **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Laki-Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 54 orang atau (54%), sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang atau (46%). Dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi oleh laki laki.

#### 4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4. 3**

##### **Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SMP	6	6%
SMA	23	23%
DIPLOMA	25	25%
SARJANA	46	46%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, responden dengan pendidikan SMP sebanyak 6 orang atau (6%), sedangkan SMA sebanyak 23 orang atau (23%), DIPLOMA sebanyak 25 orang atau 25% dan SARJANA sebanyak 46 orang atau 46% Dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi oleh sarjana.

#### 4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. 4

##### Responden Berdasarkan Pendidikan

Penghasilan	Jumlah (orang)	Persentase
< 1.000.000	19	19%
1.000.000 – 1.500.000	28	28%
> 1.500.000	53	53%
Jumlah	100	100%

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, responden dengan penghasilan dibawah Rp 1.000.000 sebanyak 19 orang atau (19%), sedangkan 1.000.000-1.500.000 sebanyak 28 orang atau (28%), dan diatas Rp 1.500.000 sebanyak 53 orang atau 53%. Dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan penghasilan diatas Rp. 1.500.000.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4. 5

##### Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya membeli iPhone agar kegiatan berjalan lebih baik	34	34.0	34	34.0	20	20.0	5	5.0	7	7.0
2.	Saya membeli iPhone agar nyaman dalam beraktifitas	38	38,0	29	29,0	16	16,0	9	9,0	8	8,0
3.	Saya membeli iPhone karena banyak manfaat yang baik	28	28,0	6	6,0	12	12,0	18	18,0	36	36,0
4.	Saya membeli iPhone agar terlihat mewah	43	43,0	19	19,0	19	19,0	7	7,0	12	12,0
5.	Saya membeli	33	33,0	20	20,0	25	25,0	9	9,0	13	13,0

	iPhone karena siap mendapat biaya tambahan										
6.	Saya membeli iPhone untuk menghemat biaya kerusakan	40	40,0	29	29,0	11	11,0	7	7,0	13	13,0
7.	Saya menggunakan iPhone untuk meningkatkan prestige	50	50,0	50	50,0	12	12,0	14	14,0	10	10,0
8.	Saya menggunakan iPhone untuk meningkatkan images	45	45,0	29	29,0	7	7,0	12	12,0	7	7,0
9.	Saya menggunakan iPhone untuk menaikkan harga diri	47	47,0	28	28,0	9	9,0	5	5,0	11	11,0
10.	Saya menggunakan iPhone untuk mengekspresikan diri pengguna	42	42,0	23	23,0	8	8,0	13	13,0	14	14,0
11.	Saya menggunakan iPhone untuk meningkatkan hasrat diri	44	44,0	24	24,0	11	11,0	11	11,0	10	10,0

*Sumber : data diolah, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju pada pernyataan 9 yaitu Saya menggunakan iPhone untuk menaikkan harga diri sebanyak 47 responden atau 47%, sedangkan jawaban sangat setuju terkecil terdapat pada pernyataan 3 yaitu Saya membeli iPhone karena banyak manfaat yang baik sebanyak 28 responden atau 28%.

Tabel 4. 6

## Hasil Jawaban Responden Variabel Atribut Produk (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya merasa iPhone mudah dioperasikan	43	43,0	30	30,0	10	10,0	5	5,0	12	12,0
2.	Saya merasa puas jika menggunakan iPhone setiap saat	53	53,0	25	25,0	11	11,0	4	4,0	7	7,0
3.	Saya merasa iPhone mudah diperbaiki	48	48,0	20	20,0	15	15,0	8	8,0	9	9,0
4.	Saya merasa iPhone memiliki daya tahan/awet sepanjang waktu	38	38,0	27	27,0	10	10,0	12	12,0	13	13,0
5.	Saya merasa iPhone memiliki alat yang mudah dicari	37	37,0	19	19,0	15	15,0	15	15,0	14	14,0
6.	Saya merasa iPhone memiliki ciri khas disetiap produk	46	46,0	27	27,0	8	8,0	8	8,0	11	11,0
7.	Saya merasa penggunaan iPhone sesuai untuk kebutuhan saya daripada merek lain	33	33,0	21	21,0	18	18,0	16	16,0	12	12,0
8.	Saya merasa merek iPhone bernilai tinggi	49	49,0	22	22,0	14	14,0	7	7,0	8	8,0
9.	Saya merasa iPhone memiliki desain yang menarik	48	48,0	24	24,0	10	10,0	6	6,0	12	12,0
10.	Saya merasa desain iPhone	44	44,0	25	25,0	11	11,0	9	9,0	11	11,0

	memilik ciri produk tersendiri										
11.	Saya merasa desain logo di iPhone menarik	38	38,0	24	24,0	20	20,0	6	6,0	12	12,0
12	Saya merasa handpone iPhone memiliki perpaduan warna dan bahan yang baik	40	40,0	23	23,0	20	20,0	7	7,0	10	10,0

*Sumber : data diolah, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju pada pernyataan 2 yaitu Saya merasa puas jika menggunakan iPhone setiap saat sebanyak 53 responden atau 53%, sedangkan jawaban sangat setuju terkecil terdapat pada pernyataan 7 Saya merasa penggunaan iPhone sesuai untuk kebutuhan saya daripada merek lain sebanyak 33 responden atau 33%

**Tabel 4. 7**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya mendapat produk yang baik yang diberikan iPhone	45	45,0	24	24,0	13	13,0	5	5,0	13	13,0
2.	Saya dapat melakukan pembelian keberagaman produk yang ditawarkan	37	37,0	24	24,0	19	19,0	10	10,0	10	10,0
3.	Saya melakukan pembelian iPhone karena mudah dan cepat mendapatkan pesanan yang	32	32,0	30	30,0	12	12,0	12	12,0	14	14,0

	diinginkan										
4.	Saya mengunjungi store iphone dan saya mendapatkan kemudahan	44	44,0	31	31,0	10	10,0	10	10,0	5	5,0
5.	Saya akan merekomendasikan iPhone ke teman-teman dan kerabat	47	47,0	25	25,0	15	15,0	9	9,0	4	4,0
6.	Saya dapat melakukan pembelian dengan mudah dan berbagai macam promosi	42	42,0	22	22,0	9	9,0	9	9,0	18	18,0

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju pada pernyataan 1 yaitu Saya mendapat produk yang baik yang diberikan iPhone sebanyak 45 responden atau 45%, sedangkan jawaban sangat setuju terkecil terdapat pada pernyataan 3 Saya melakukan pembelian iPhone karena mudah dan cepat mendapatkan pesanan yang diinginkan sebanyak 32 responden atau 32%.

## 4.2 Hasil Uji Prasyarat Instrumen

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas mengetahui apakah kuesioner yang diukur benar-benar valid. Berikut ini merupakan hasil uji validitas instrumen kuesioner

**Tabel 4. 8**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Status
Keputusan Pembelian (Y)	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Gaya hidup (X1)	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 9	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Atribut Produk (X2)	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 9	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 12	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diliat bahwa hasil uji validitas menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan gaya hidup, atribut produk dan keputusan pembelian memperoleh hasil yang didapatkan adalah nilai Sig < alpha . Dengan demikian seluruh item pernyataan dengan gaya hidup,

atribut produk dan keputusan pembelian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen kuesioner :

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Kesimpulan
Keputusan pembelian	0,795	0,600-0,799	Tinggi
Gaya hidup	0,914	0,800-1,000	Sangat Tinggi
Atribut produk	0,918	0,800-1,000	Sangat Tinggi

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas nilai cronbach's alpha, menjelaskan bahwa variabel gaya hidup, atribut produk memiliki kategori reliabel sangat tinggi, karena berada pada rentang 0,800-1,000, sedangkan keputusan pembelian memiliki rentang 0,600-0,799 kategori tinggi.

#### 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data memiliki tujuan untuk menguji variabel dependen dan independen distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Keputusan pembelian	0,064	0,05	Sig > Alpha	Normal
Gaya hidup	0,104	0,05	Sig > Alpha	Normal
Atribut produk	0,123	0,05	Sig > Alpha	Normal

*Sumber: Data diolah 2024*

menunjukkan bahwa nilai variabel gaya hidup, atribut lokasi dan keputusan pembelian memiliki tingkat signifikan diperoleh data sig > Alpha maka variabel gaya hidup, atribut lokasi dan keputusan pembelian berasal dari populasi berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan bertujuan untuk mengetahui model regresi yang akan digunakan bersifat linier atau non-linier. Berikut ini merupakan hasil uji linieritas :

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	alpha	Kondisi	Kesimpulan
Gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)	0,998	0,05	Sig > Alpha	Linier
Atribut produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	0,978	0,05	Sig > Alpha	Linier

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan tabel hasil perhitungan *ANOVA table*, pada variabel gaya hidup, atribut lokasi dan keputusan pembelian, didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* > 0,05 maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

### 4.3.3 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji Multikolinieritas diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**

#### Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Kesimpulan
Gaya hidup terhadap keputusan pembelian	1,044	10	VIF < 10	Tidak ada gejala multikolonieritas
Atribut produk terhadap keputusan pembelian	1,044	10	VIF < 10	Tidak ada gejala multikolonieritas

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan tabel hasil perhitungan pada tabel *coefficient* menunjukkan bahwa nilai VIF pada gaya hidup, atribut lokasi dan keputusan pembelian < 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

### 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis. Adapun hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS tampak pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 13**

#### Hasil Analisi Regresi Linier Berganda

Variabel	B
(constant)	23,687
Gaya hidup	0,016
Atribut produk	0,014

*Sumber: Data diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 23,687 + 0,016 X_1 + 0,014 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut

1. Nilai konstanta sebesar 23,687 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel gaya hidup dan atribut produk maka besarnya keputusan pembelian adalah 23,687 satuan.
2. Koefisien gaya hidup, artinya jika gaya hidup naik sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat, sebesar 0,016 satu satuan.
3. Koefisien atribut produk, artinya jika atribut produk naik sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat, sebesar 0,014 satu satuan.

**Tabel 4. 14**

**Hasil Uji Model Summary**

Variabel	R (korelasi)	R Square (determinasi)
Gaya hidup dan atribut produk terhadap keputusan pembelian	0,380	0,144

*Sumber : data diolah, 2024*

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,380 yang menunjukkan Tingkat keeratan hubungan antara variable gaya hidup, atribut produk keputusan pembelian positif, artinya jika gaya hidup, atribut produk keputusan pembelian akan meningkat. Sedangkan nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,144

atau 14,4% menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup, atribut produk sisanya 85,6 di pengaruhi oleh variable lain.

#### 4.4 Hasil Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikan level 0,05 (alpha = 5%), pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dan atribut produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Pengujian ini menunjukkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. 15**

##### **Hasil Uji T**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Thitung	Ttabel	Kondisi	kesimpulan
Gaya hidup terhadap keputusan pembelian	0,004	0,05	Sig<alpha	2,910	1,985	Sig>alpha	Ho ditolak
Atribut produk terhadap keputusan pembelian	0,034	0,05	Sig<alpha	2,153	1,985	Sig>alpha	Ho ditolak

*Sumber: Data diolah 2024*

#### 1. Pengaruh gaya hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho = gaya hidup (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

Ha = gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak.

Jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,

Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Berdasarkan tabel diatas didapat perhitungan pada gaya hidup (X1) diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2.910 sedangkan nilai  $t$  tabel dengan  $df$  ( $df=96-3=93$ ) adalah 1,985 jadi  $t$  hitung (2,910)  $>$   $t$  tabel (1,985) dan nilai  $sig$  0,004  $<$   $\alpha$  (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

## 2. Pengaruh atribut produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  = atribut produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

$H_a$  = atribut produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak.

Jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,

Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Berdasarkan tabel diatas didapat perhitungan pada atribut produk (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.153 sedangkan nilai t tabel dengan df ( $df=96-3=93$ ) adalah 1,985 jadi t hitung ( $2,153 > t$  tabel (1,985) dan nilai sig ( $0,034 < \alpha$  (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa atribut produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung

#### 4.4.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 16**

**Hasil Uji F**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Fhitung	Ftabel	Kondisi	kesimpulan
Gaya hidup dan atribut produk terhadap keputusan pembelian	0,001	0,05	Sig<alpha	8,182	3,90	Sig>alpha	$H_0$ ditolak

*Sumber : Hasil data diolah, 2024*

Berdasarkan dari data pada tabel diatas adalah pengujian hipotesis dengan uji F diperoleh nilai untuk Fhitung sebesar 8,031 sedangkan F tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan  $df_1 = K-1$  ( $3-1=2$ ) dan  $df_2 = n-k$  ( $96-3=93$ ) yaitu 3,90. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh gaya hidup dan atribut produk secara simultan

terhadap keputusan pembelian smartphone i phone di Bandar Lampung.

## **4.5 Pembahasan**

### **4.5.1 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian**

Diketahui hasil dari uji parsial variabel gaya hidup (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,910 sedangkan nilai t tabel dengan df ( $df=96-3=93$ ) adalah 1,985 jadi  $t \text{ hitung } (2,910) > t \text{ tabel } (1,985)$  dan nilai sig ( $0,004$ )  $<$  alpha ( $0,05$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung. Dapat diambil kesimpulan bahwa pengguna iphone pada penelitian ini dalam membeli smartphone iphone dipengaruhi oleh gaya hidup yang dijalannya sehari hari. Gaya hidup mempengaruhi responden dalam membeli *smartphone iphone*. Karena adanya hasrat untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan diri sendiri dan juga kebutuhan kegiatan sehari hari membuat responden dalam penelitian ini memutuskan untuk membeli *smartphone iphone* ketimbang dengan *smartphone* lainnya. Gaya hidup dipengaruhi oleh lingkungan serta faktor lain yang membuat munculnya hasrat untuk mengikuti kepuasan diri untuk memiliki. Dengan demikian gaya hidup yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian iphone.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Yulius dan Ansorullah (2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

#### **4.5.2 Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian**

Diketahui hasil dari uji parsial variabel atribut produk (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.153 sedangkan nilai t tabel dengan df ( $df=96-3=93$ ) adalah 1,985 jadi t hitung (2,153) > t tabel (1,985) dan nilai sig (0,034) < alpha (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa atribut produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone iphone di Bandar Lampung. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam penelitian ini dalam membuat keputusan untuk membeli iphone karena faktor atribut produk dari iphone tersebut. Sebelum memutuskan untuk membeli produk iphone, responden melihat dari segi fitur, spesifikasi, desain, service, komponen dari sebuah *smartphone iphone* tersebut. Semua hal tersebut menjadi tolak ukur untuk membeli iphone. Ketika semua aspek dari iphone dirasa sudah memenuhi harapan dari konsumennya, maka mereka memutuskan untuk langsung membelinya. Dalam penelitian ini responden dalam membuat keputusan untuk membeli iphone sudah terlebih dahulu melihat segala aspek dari iphone tersebut, maka dengan demikian mereka memutuskan untuk membeli smartphone iphone ketimbang dari smartphone lain.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, Restuti dan Noviasari (2022) menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap Keputusan

#### **4.5.3 Pengaruh gaya hidup dan atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil nilai untuk Fhitung sebesar 8,182 sedangkan F tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan  $df_1 = K-1 (3-1=2)$  dan

$df_2 = n - k$  ( $96 - 3 = 93$ ) yaitu 3,90. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh gaya hidup dan atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* *iphone* di Bandar Lampung. Karena adanya hasrat untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan diri sendiri dan juga kebutuhan kegiatan sehari-hari membuat responden dalam penelitian ini memutuskan untuk membeli *smartphone* *iphone* ketimbang dengan *smartphone* lainnya. Gaya hidup dipengaruhi oleh lingkungan serta faktor lain yang membuat munculnya hasrat untuk mengikuti kepuasan diri untuk memiliki. Dengan demikian gaya hidup yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian *iphone* serta responden melihat dari segi fitur, spesifikasi, desain, service, komponen dari sebuah *smartphone* *iphone* tersebut. Semua hal tersebut menjadi tolak ukur untuk membeli *iphone*. Ketika semua aspek dari *iphone* dirasa sudah memenuhi harapan dari konsumennya, maka mereka memutuskan untuk langsung membelinya.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Avicena dan Purnama (2023) menyatakan bahwa gaya hidup dan atribut produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.