

Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Kedokteran UHN Medan

Fitri Suriani Br. Silaban⁽¹⁾, Darma Manalu⁽²⁾, Ridhon Simangunsong⁽³⁾

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen,
Jl Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Tim., Kota Medan Sumatera Utara 20235

Email Korespondensi : fitri.silaban@student.uhn.ac.id

Email : darmamanalu64@gmail.com

Email : ridhon.manguns@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the influence of price and lifestyle on iPhone purchasing decisions among Faculty of Medicine students. iPhone products are known for their premium quality which is a symbol of social status, so they are chosen by many students who prioritize a modern lifestyle. This research used a quantitative method with a survey approach, where data was obtained through questionnaires distributed to 96 students from the Faculty of Medicine. The analysis technique used is multiple linear regression to determine the influence of price and lifestyle on iPhone purchasing decisions. The research results show that these two variables, price in accordance with product quality and lifestyle that supports social status, have a significant influence on purchasing decisions. These findings provide a deeper understanding of the factors that influence premium product purchasing decisions, especially among students.*

Keywords: *Price, Lifestyle, Purchasing Decisions.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Kedokteran. Produk iPhone dikenal dengan kualitas premium yang menjadi simbol status sosial, sehingga banyak dipilih oleh mahasiswa yang mengutamakan gaya hidup modern. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 96 mahasiswa Fakultas Kedokteran. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan gaya hidup yang mendukung status sosial, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk premium, khususnya di kalangan mahasiswa.
Kata kunci: Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi adalah penerapan pengetahuan, keterampilan dan alat untuk menciptakan, mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya yang ada guna memenuhi kebutuhan dan guna memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah manusia. Teknologi selalu mengalami pembaharuan dari waktu ke waktu salah satunya adalah teknologi komunikasi.

Pada masa lalu teknologi manusia dimulai dari hal sederhana seperti pengembangan bahasa, pembuatan perkakas dari batu, hingga yang sangat rumit seperti komputer kuantum. Sehingga menTeknologi adalah penerapan pengetahuan, keterampilan dan alat untuk menciptakan, mengembangkan dan memanfaatkan sumber

daya yang ada guna memenuhi kebutuhan dan guna memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah manusia. mengalami perubahan sampai pada era digital saat ini dimana teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari. Hampir setiap kegiatan yang di lakukan selalu melibatkan keberadaan teknologi.

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah cara hidup manusia dalam berbagai aspek, termasuk dalam cara berkomunikasi, bekerja, dan bahkan dalam hal konsumsi barang. Salah satu produk teknologi yang sangat populer dan menjadi simbol status adalah ponsel pintar (*smartphone*), terutama iPhone. Produk Apple ini dikenal karena kualitasnya yang premium dan

fitur-fitur inovatif yang ditawarkan. Sejak pertama kali diluncurkan, iPhone telah menjadi pilihan utama bagi banyak kalangan, terutama di kalangan mahasiswa yang cenderung memiliki gaya hidup modern dan mengikuti tren teknologi terbaru.

Mahasiswa, sebagai kelompok yang seringkali terpapar dengan berbagai pengaruh media sosial dan budaya konsumtif, merupakan segmen pasar yang cukup besar dan menarik bagi produsen barang elektronik seperti Apple. Bagi mereka, memiliki produk seperti Iphone bukan hanya sekedar kebutuhan komunikasi, tetapi juga berhubungan dengan status sosial dan simbol prestise. Ponsel pintar ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, namun juga digunakan untuk berbagai keperluan lainnya seperti hiburan, belajar, bekerja, dan bahkan berinteraksi di media sosial.

Namun, meskipun Iphone menawarkan berbagai keunggulan dari segi kualitas dan teknologi, harganya yang relatif tinggi menjadi faktor yang seringkali menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Bagi mahasiswa, yang sebagian besar mengandalkan dana terbatas baik dari orang tua maupun pendapatan sampingan, harga menjadi faktor krusial yang dapat membatasi pilihan mereka dalam membeli ponsel. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu variabel yang sangat penting dalam menentukan minat beli mahasiswa terhadap produk ini.

Selain harga, gaya hidup mahasiswa juga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mereka dalam membeli produk tertentu. Mahasiswa zaman sekarang cenderung terpengaruh oleh gaya hidup digital, yang menuntut mereka untuk memiliki akses ke teknologi terbaru, termasuk smartphone dengan fitur-fitur canggih. Selain itu, fenomena sosial media dan tren populer yang dibangun oleh selebriti atau influencer juga berperan besar dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Bagi sebagian besar mahasiswa, memiliki iPhone tidak hanya memberikan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi cara untuk menunjukkan identitas mereka dalam lingkungan sosial dan kampus.

Melihat fenomena tersebut, penting untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di kalangan mahasiswa. Dengan menganalisis dua faktor utama tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai alasan-alasan di balik keputusan pembelian produk Apple di kalangan mahasiswa, serta bagaimana produsen dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk menarik segmen pasar ini.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji lebih jauh bagaimana harga dan gaya hidup mahasiswa dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli Iphone, serta bagaimana kedua faktor tersebut saling berinteraksi dalam konteks perilaku konsumsi mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Masalah adalah persoalan yang membutuhkan penanganan terhadap apa yang membuat masalah itu terjadi, berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan?
2. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan?
3. Apakah ada pengaruh harga dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas

Kedokteran Universitas HKBP
Nommensen Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Iphone pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan.

II. METODE PENELITIAN

A. Tinjauan Pustaka

Harga

Menurut Ibrahim Daud dalam Bunga Astra Gracia dkk (2024:277) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk keluar) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kmbinasi dari produk dan pelayananya.

Gaya Hidup

Menurut Minarti dalam Astri Bella Lestari dkk, (2022:476) Gaya hidup adalah bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya termasuk dari produk apa yang mereka beli, bagaimana menggunakan produk tersebut atau gaya hidup berhubungan dengan tindakan atas pembelian yang konsumen lakukan.

Keputusan Pembelian

Menurut Kolter Keller dalam Cindy Magdalena Gunarsih dkk (2021:7) keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistemasi dan objektif serta sasaran yang menentukan keuntungan serta, kerugiannya masing-masing.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif yang bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antar variabel. Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Harga (X_1) dan Gaya Hidup (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan pembelian produk Iphone (Y) oleh Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran dan analisis hubungan secara statistik, sehingga menghasilkan kesimpulan objektif dan generalisasi yang handal.

C. Lokasi dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas HKBP Nommensen Medan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Nalom Siagian (2021:53) “populasi adalah kumpulan banyak sampel penelitian.” Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan yang menggunakan produk Iphone yang jumlahnya tidak diketahui.

Sampel

Sampel adalah refleksi langsung dari populasi, dimana potret realitas yang akan didata berada sepenuhnya dalam sampel tersebut. Sebagaimana dipahami bersama, bahwa sampel merupakan cuplikan/sebagian dari populasi dimana karakteristik dan realitas yang berada padanya akan dicermati (Nalom Siagian, 2021:54).

E. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data berdasarkan sumbernya terdiri atas Primer dan data Sekunder.

Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama atau objek penelitian yang sedang diteliti, melalui metode yang dirancang khusus untuk tujuan tertentu. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner (angket) kepada responden.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya, bukan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti atau pengumpul data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fakultas Kedokteran adalah fakultas termuda di Universitas HKBP Nommensen. Fakultas ini didirikan pada tahun 2008 dan mulai menerima mahasiswa pada tahun ajaran

2009/2010 dengan mahasiswa pertama berjumlah 50 orang. Program Pendidikan Kedokteran Universitas HKBP Nommensen bertujuan menghasilkan lulusan dokter-dokter yang kompeten dalam hal pengetahuan (Knowledge), keterampilan (Skills), dan perilaku (Attitudes).

Fakultas Kedokteran UHN menjalin kerja sama dengan Yayasan DEL, Rumah Sakit Gleni Medan dan Rumah Sakit Gleneagles Singapura, Fakultas Kedokteran Universitas Sumatera Utara, dan Rumah Sakit Adam Malik sebagai Teaching Hospital dan RWTH University of Aachen Medical Faculty. Fakultas Kedokteran HKBP Nommensen mengembangkan kerjasama dengan fakultas-fakultas kedokteran di Jerman yang berdasarkan hubungan antara HKBP dengan gereja-gereja Lutheran di Jerman.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha terhadap ambang batas yang telah ditentukan, yaitu $\geq 0,60$. Jika setiap variabel dalam instrumen memiliki koefisien reabilitas di atas 0,60, maka variabel-variabel tersebut dianggap reliabel.

Tabel 1
Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,613	7

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dimana 7 item pernyataan variabel Harga (X1) dengan nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan sebesar 0,613. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel Harga (X1) dinyatakan reliabel atau diterima karena nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$.

Tabel 2
Uji Reliabilitas Gaya Hidup

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,743	7

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dimana 7 item pernyataan variabel Gaya Hidup (X2) dengan nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan sebesar 0,743. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel Gaya Hidup (X2) dinyatakan Reliabel atau diterima karena nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$.

Tabel 3
Uji Reabilitas Keputusan Pembelian
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,775	7

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dimana 7 item pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan sebesar 0,775. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan Reliabel atau diterima karena nilai cronbach Alpha $\geq 0,60$.

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah pengujian ini memiliki distribusi yang normal atau tidak adalah berdasarkan asumsi yaitu data dikatakan berdistribusi normal apabila hasil Uji kolmogrov-Simirnov terhadap nilai residul dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikasi yang besarnya $\geq 0,05$. Jika data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogrov-Simirnov terhadap nilai residul dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikasi yang besarnya $\leq 0,05$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengalaman ke pengamatan lain. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka akan berakibat pada sebuah keraguan atau ketidakakuratan pada suatu hasil regresi yang dilakukan. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residu). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik. Mendeteksi tidak terjadi heteroskedastisitas, dilihat dari pola citra model scatter plot yaitu sebaran titik-titik data tidak boleh berpol, titik-titik data berdistribusi diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, dan titik-titik data tidak dikumpulkan hanya diatas atau dibawah.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.013	2.491		4.421	.000		
HARGA	-.230	.215	.215	2.350	.198	.842	1.1
GAYA HIDUP	.710	.122	.545	5.594	.000	.842	1.1

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Nilai VIF dibawah 10 dan nilai tolerance di atas 0,1 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang serius di antara variabel independen dalam model ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak saling berkorelasi secara berlebihan, sehingga model regresi yang digunakan dapat diinterpretasikan dengan baik tanpa adanya pengaruh yang merusak dari multikolinearitas. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh “ Harga” dan “Gaya Hidup” terhadap “Keputusan Pembelian” dapat dianalisis secara independen satu sama lain.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.013	2.491			4.421	.000
HARGA	-.230	.215	.215		2.350	.198
GAYA HIDUP	.710	.122	.545		5.594	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas maka telah diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11.013 + 0,166X_1 + 0,685X_2 + e$$

a. Koefisien konstanta sebesar 11.013 menunjukkan bahwa jika variabel independen “Harga” (X₁) dan “Gaya Hidup” (X₂) sama dengan 0, maka nilai “Keputusan Pembelian” (Y) akan sama dengan konstanta, yaitu sebesar 11.013. Ini berarti tanpa adanya pengaruh dari “Harga” dan “Gaya Hidup”, nilai dasar “keputusan pembelian” adalah 11.013.

b. Nilai koefisien regresi untuk “Harga” (X₁) adalah 0,166. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel pada variabel “Harga” (X₁) akan menyebabkan peningkatan “Keputusan Pembelian” (Y) sebesar 0,166. Karena nilai koefisien ini positif, artinya semakin tinggi nilai “Harga” maka “Keputusan Pembelian” juga akan meningkat. Namun, pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, sehingga peningkatan “Harga” tidak selalu berkorelasi dengan peningkatan yang nyata pada “keputusan Pembelian”.

c. Nilai koefisien regresi untuk variabel “Gaya Hidup” (X₂) adalah 0,685. ini berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel “Gaya Hidup” (X₂) akan menyebabkan peningkatan “Keputusan pembelian” (Y) sebesar 0,685. Koefisien ini bernilai positif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai “Gaya Hidup”, maka “Keputusan Pembelian” juga akan meningkat. Selain itu, pengaruh ini signifikan secara statistik, yang menandakan bahwa “Gaya

Hidup” memiliki dampak nyata dan penting dalam meningkatkan “Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, uji- t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu "Harga" (X₁) dan "Gaya Hidup" (X₂) memiliki pengaruh signifikan terhadap "Keputusan Pembelian" (Y) pada tingkat kepercayaan 5% (0,05). Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji-t adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian.
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig < 0,05 maka H₀ dan H₁ diterima
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig > 0,05 maka H₀ dan H₁ ditolak.
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig < 0,05 maka H₀ dan H₁ diterima
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig > 0,05 maka H₀ dan H₁ ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dari setiap variabel bebas, dapat diketahui bahwa “Harga” (X₁) dan “Gaya Hidup” (X₂) memiliki pengaruh terhadap “Keputusan Pembelian” (Y). Penilaian ini didasarkan pada hasil perhitungan statistika menggunakan uji t dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai df pada penelitian ini adalah 93, yang diperoleh dari rumus $df=N-K(96-3)$. Dengan tingkat kepercayaan 95%, nilai t_{tabel} pada $df=93$ adalah sekitar 1,661.

1. Variabel “Harga” (X₁) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,303 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar dari t_{tabel} 0,196. Karena nilai sig lebih besar dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (1,303) lebih kecil dari t_{tabel} (0,196), dapat disimpulkan bahwa “Harga” (X₁) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap “keputusan Pembelian” (Y). Hal ini

menunjukkan bahwa H₁ ditolak.

2. Variabel “Gaya Hidup” (X₂) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,594 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (5,594) lebih besar dari t_{tabel} (0,000). Karena nilai (sig) lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (5,594) lebih besar dari t_{tabel} (1,661). Dapat disimpulkan bahwa “Gaya Hidup” (X₂) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap “Keputusan Pembelian” (Y). Hal ini menunjukkan bahwa H₁ diterima. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa “Gaya Hidup” berpengaruh lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dibanding dengan “ Harga”.

Uji F

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh positif atau negatif secara signifikan antara variabel independen (X₁,X₂) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Kriteria keputusan berdasarkan pada:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi < 0,05 Ho ditolak dan H₁ diterima. Artinya “Harga” dan “Gaya Hidup” secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikansi >0,05 Ho diterima dan H₁ ditolak. Artinya “Harga” dan “Gaya Hidup” secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	782.904	2	391.452	16.147	.000 ^b
	Residual	2254.586	93	24.243		
	Total	3037.490	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga dan Gaya Hidup.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan kriteria penentuan F_{tabel} , diperoleh nilai sebesar 3,09. Dengan

membandingkan kedua nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,147 > 309$). Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima H_1 , yang berarti bahwa Harga (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan suatu variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilainya mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.242	4.924

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Dari hasil pengolahan data menggunakan regresi linear berganda, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,242. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Harga dan Gaya Hidup, secara bersama-sama mampu menjelaskan 24,2% variasi dalam Keputusan Pembelian, sementara sisanya sebesar 75,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel, dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,303 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0,96 karena nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} ($1,303 < t_{tabel}$) juga menunjukkan bahwa hipotesis H_0 diterima, yang berarti harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,594 dengan tingkat probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima, yang berarti Gaya Hidup secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Uji F menunjukkan bahwa variabel Harga dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai F-hitung sebesar 16,147 jauh lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09 sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menandakan bahwa kedua variabel ini, ketika dikombinasikan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sementara Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,242 menunjukkan bahwa 24,2% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Gaya Hidup Sisanya sebesar 75,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun Harga tidak signifikan secara individual, ketika dikombinasikan dengan Gaya Hidup, kedua variabel tersebut memiliki dampak yang cukup kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa Gaya Hidup sangat efektif dalam mendorong keputusan pembelian, sementara Harga mungkin membutuhkan faktor pendukung 1.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas

HKBP Nommensen Medan". dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa fakultas Universitas HKBP Nommensen Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} , serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari nol koma nol lima.
2. Gaya Hidup juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas HKBP Nommensen Medan. Ini juga terbukti melalui nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari nol koma nol lima.
3. Harga dan Gaya Hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas HKBP Nommensen Medan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar nol koma dua ratus empat puluh dua atau sama dengan dua puluh empat persen yang mendekati nilai satu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik

Harga maupun Gaya Hidup berperan tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian secara terpisah, tetapi juga saling berinteraksi. Konsumen dengan Gaya Hidup yang lebih sosial dan terhubung cenderung lebih sensitif terhadap Harga tetapi jika harga produk dapat disesuaikan dengan preferensi Gaya Hidup mereka, mereka akan lebih cenderung membeli.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas produk iphone dan mengikuti mode agar tidak ketinggalan dengan perusahaan lain. Untuk mempertahankan keputusan pembelian konsumen pada produk iphone. Dan juga untuk mengembangkan penelitian ini, dengan memperluas variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Seperti, pendapatan, citra merek dan kualitas produk. Selain itu, disarankan untuk melakukan penelitian di lokasi atau wilayah lain, guna memperluas generalisasi hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, S. (2023). *Hubungan Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Iphone Pada Generasi Z Di Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Ginting, N. M. (2022). Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi konsumen Terhadap Keputusan pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *VALUE*, 3(1), 114-125.
- Gohae, M. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522-535.
- Jannah, W. N., Nurfarida, I. N., & Asna, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 10-17.
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 7(2), 152-164.
- Lestari, A. B., Nasution, S. L. A., & Lubis, J. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Service Quality, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Cafe Sebagai Tempat Hangout di CKC Corner Perisai Rantauprapat. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 474-484.
- Mantara, M. A. (2021). *Faktor-Faktor yang menentukan keputusan pembelian secara online di Bukalapak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Miftahudin, M., & Haryanti, I. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(3), 312-325.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693-702.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452.

- Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan ahmar cendekia indonesia.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Siagian, N. (2021). *Statistika Dasar: Konseptualisasi dan aplikasi*.
- Sukiranto, S., & Ak, M. (2010). Analisis Penetapan Harga Jual Berdasarkan Mark Up Terhadap Perkiraan Volume Penjualan Jasa Sewa Gedung Graha Binakarsa Pada Pt. Binakarsa Swadaya. *Journal Inovasi*, 3(01), 85-122.
- Zulaikah, S. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Toko Online Shopee (Studi Pada Pemudi Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, Iain Kediri).