

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *DIFERENSIASI*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UM BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**RAJIB PAGULINTRA
NPM. 2161201193**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *DIFERENSIASI*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UM BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh :

**RAJIB PAGULINTRA
NPM. 2161201193**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH GAYA HIDUP DAN *DIFERENSIASI* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UM BENGKULU



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

RAJIB PAGULINTRA
NPM. 2161201193

Disetujui Oleh :
Pembimbing

Dr. Sri Ekowati, SE., MM
NIDN : 0211107001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Eurqonti Hanidiah, S/E., M.M
NIDN : 0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI
PENGARUH GAYA HIDUP DAN *DIFERENSIASI*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UM BENGKULU

Dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Selasa

Tanggal : 5 Agustus 2025

SKRIPSI

Oleh :

RAJIB PAGULINTRA
NPM. 2161201193

Dewan Penguji

1. Ratnawili, S.E., M.M

Ketua

(.....)

2. Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M

Anggota

(.....)

3. Dr. Sri Ekowati, S.E., M.M

Anggota

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis





SERTIFIKASI

Saya rajib pagulintra menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen Pembimbing Skripsi. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada Program Studi lainnya. Karena karya milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini adalah tanggung jawab saya.

Bengkulu, Juli 2025



RAJIB PAGULINTRA
NPM : 2161201222

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Go Wisely and Slowly. Those Who Rush Stumble and Fall”

“Jalanlah dengan bijaksana dan perlahan. Mereka yang terburu-buru tersandung dan jatuh”.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini, dari awal hingga akhir. Dan saya berterimakasih kepada :

1. Kepada orang tua saya yang telah membesarkan dan mendoakan saya hingga sampai di titik ini.
2. Kepada Dewi Nursela saudari saya yang telah membantu dan mensupport selama perkuliahan.
3. Kepada Reni Lukitasari saudari saya yang telah memberikan bimbingan kepada saya.
4. Kepada bunda Sri Ekowati S.E.,M.M selaku pembimbing skripsi.
5. Kepada kawan-kawan songngosong yang membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **Pengaruh Gaya Hidup dan Diferensiasi terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu.** Penyusunan proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Peneliti sangat menyadari sepenuhnya, terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat Bapak/Ibu:

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
4. Ibu Dr. Sri Ekowati, SE., MM selaku pembimbing yang telah membimbing dan meluangkan waktu guna mengarahkan dan memberikan bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimbang atas kebaikan dan kemurahan hati mereka.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu peneliti senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bengkulu, 2025
Penyusun

RAJIB PAGULINTRA
NPM. 2161201193

ABSTRAK

Rajib Pagulintra 2025. “Pengaruh gaya hidup dan *diferensiasi* terhadap keputusan pembelian hp iphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu”.

Pembimbing : Dr. Sri Ekowati, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan *diferensiasi* terhadap keputusan pembelian hp iphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Objek penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu Angkatan 2021-2022 dengan sample 130 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji instrument, analisis tanggapan responden, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu. Variable *diferensiasi* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan *diferensiasi* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Bengkulu.

Kata Kunci : Gaya hidup, *Diferensiasi* dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

Rajib Pagulintra 2025. ‘‘The influence of lifestyle and differentiation on the decision to purchase an iPhone on students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu’’.

Supervisor : Dr. Sri Ekowati, S.E., M.M

This study aims to determine the effect of lifestyle and differentiation on the decision to purchase an iPhone for students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu, both partially and simultaneously. The object of this study was students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu Class of 2021-2022 with a sample of 130 people. This study used data collection methods by means of observation and distributing questionnaires. The data analysis technique used in this study used instrument testing, respondent response analysis, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2) and hypothesis testing.

The results of this study indicate that lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions in students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu. The differentiation variable shows a positive and significant effect on students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu. From the results of the study, it can be concluded that lifestyle and differentiation have a partial and simultaneous effect on purchasing decisions in students of the Faculty of Economics and Business, UM Bengkulu.

Keywords : Lifestyle, Differentiation and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	HALAMAN
SKRIPSI	i
PENGAJUAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iv
SERTIFIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
 BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Gaya Hidup.....	13
2.1.4 Indikator Gaya Hidup.....	14
2.1.5 <i>Diferensiasi</i>	17
2.1.6 Indikator <i>Diferensiasi</i>	18
2.1.7 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone.....	22
2.1.8 Pengaruh <i>Diferensiasi</i> terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone.....	23
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Definisi Oprasional	29
2.5 Hipotesis Penelitian	31
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Observasi	35
3.4.2 Kuesioner.....	36
3.5 Teknis Analisis Data.....	36

3.5.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.5.2 Analisis Secara Inferensial Menggunakan SPSS	38
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	38
2. Uji Asumsi Klasik	42
3. Analisis Regresi Berganda	44
4. Koefisien Determinasi	45
5. Uji Hipotesis.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah Apple	49
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.1.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	63
4.2 Pembahasan	66
4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	67
4.2.2 Pengaruh Diferensiasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	67
4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup (X1) dan Diferensiasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan	24
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.1Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2024	34
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022	34
Tabel 3.3 Jumlah Sampel Penelitian	35
Tabel 3.4 Kriteria Pemberian Skor	36
Tabel 3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	38
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 3.7 Hasil Uji Realibilitas.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1).....	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Diferensiasi</i> (X2).....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien determinasi (R ²)	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	64

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	59

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia teknologi sekarang ini berkembang pesat oleh karena itu banyak perusahaan produsen ponsel yang berlomba-lomba meningkatkan keunggulan produknya. Dunia telepon seluler telah menyaksikan munculnya banyak merek-merek baru yang berlomba-lomba mengembangkan produk unggulan. Konsumen memandang produk tidak hanya dari segi kualitasnya, tetapi juga dari segi merek harga dan *lifestyle* yang sesuai dengan minatnya. Setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya agar dapat bertahan sebagai organisasi yang berupaya melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang dapat menjadi kesempatan untuk memasuki dunia bisnis yang menjanjikan bagi perusahaan. Menurut Susanto & Cahyono (2021), semakin tingginya kebutuhan manusia dan gaya hidup era sekarang maka akan sangat berguna untuk membantu aktivitas sehari-hari, membuat manusia tidak pernah lepas dari hal-hal yang berkaitan dengan teknologi. Maka dari itu, berbagai perusahaan menciptakan *handphone* untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan berbagai merek salah satunya adalah Iphone.

Iphone adalah ponsel pintar yang sangat populer di kalangan orang-orang di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Iphone terus mengikuti perkembangan tren ponsel dan gaya hidup penggunanya. Menurut Febrianty *et al.* (2023), masyarakat Indonesia beranggapan bahwa memiliki iphone merupakan sebuah gaya hidup

yang mewah karena sudah memiliki brand yang terkenal dikalangan menengah keatas terutama anak muda.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dalam pembelian yang nyata, apakah konsumen membeli suatu produk atau tidak. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan selalu mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan produk yang sudah dikenal masyarakat secara. Menurut Ratela & Taroreh (2016), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan putusan pembelian. Dengan kata lain, untuk membuat seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Proses memutuskan pembelian meliputi pengenalan kebutuhan, penelitian sebelum pembelian, evaluasi alternatif, dan pengambilan keputusan.

Keputusan pembelian menurut Ilham Ramdhani *et al.* (2024) adalah suatu proses pengambilan keputusan terkait pembelian yang melibatkan penentuan apakah akan melakukan pembelian atau tidak dan keputusan tersebut hasil dari serangkaian kegiatan sebelumnya. Proses keputusan pembelian melibatkan langkah-langkah seperti pengenalan masalah oleh konsumen, pencarian informasi mengenai produk atau merek tertentu, dan evaluasi sejauh mana setiap alternatif dapat memecahkan masalahnya. Selanjutnya, proses ini mengarah pada keputusan akhir untuk melakukan pembelian. Salah satu faktor yang turut berperan penting dalam proses ini adalah gaya hidup konsumen.

Gaya hidup adalah salah satu elemen yang sangat berpengaruh pada proses pembelian produk dan bisa menjadi pendorong bagi individu untuk memutuskan berbelanja. Gaya hidup yang merupakan faktor pribadi adalah salah satu faktor

dapat melatarbelakangi dalam proses pengambilan keputusan dan pembelian suatu produk serta dapat menjadi salah satu pemicu seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian

Menurut Pratiwi (2017), gaya hidup merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk dalam hal mencukupi kebutuhan dunia dan dapat mencerminkan pola hidup berdasarkan cara mengatur waktu dan uang. Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah diferensiasi produk yang dapat menarik perhatian konsumen yang memiliki gaya hidup tertentu.

Diferensiasi produk merupakan perbedaan suatu produk yang akan membuat pengguna mempunyai pertimbangan dalam melakukan pembelian produk tertentu (Fauziah Nur Simamora, 2018). Diferensiasi produk merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang dapat dimiliki perusahaan. Perusahaan akan melakukan diferensiasi jika perusahaan tersebut memiliki keunikan dibandingkan pesaingnya dalam sesuatu yang dinilai lebih oleh konsumen.

Diferensiasi produk Iphone di Bengkulu tergolong bervariasi dikarenakan Masyarakat Bengkulu memiliki karakteristik dan ekonomi yang berbeda. Masyarakat Bengkulu terdiri dari berbagai kalangan sosial dengan latar belakang ekonomi yang beragam. Meskipun harga Iphone tergolong tinggi, banyak konsumen di Bengkulu yang tetap memilih untuk membeli produk ini. Fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat adanya perbedaan antara kemampuan ekonomi masyarakat dan keinginan untuk memiliki produk seperti Iphone. Salah satu faktor yang membedakan Iphone dari produk smartphone lainnya adalah diferensiasi produk yang ditawarkan.

Hubungan antara gaya hidup dan keputusan pembelian sangat erat, karena gaya hidup mencerminkan nilai, kebiasaan, dan preferensi individu yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli produk atau layanan tertentu. Gaya hidup mencakup aspek-aspek seperti pola konsumsi, hobi, aktivitas sosial, nilai-nilai yang diyakini, serta cara seseorang mengatur waktu dan uang mereka. Semua ini secara langsung berhubungan dengan produk atau merek yang mereka pilih untuk dibeli.

Diferensiasi juga sering kali terkait dengan persepsi kualitas. Produk yang berhasil membedakan dirinya melalui kualitas yang lebih tinggi baik dalam hal bahan, daya tahan, atau kinerja dapat membangun kepercayaan konsumen. Konsumen yang mencari produk dengan kualitas terbaik akan lebih memilih produk yang menawarkan fitur unggul dan memenuhi kebutuhan mereka. Misalnya, konsumen yang memprioritaskan kualitas suara atau ketahanan baterai akan memilih smartphone dengan reputasi unggul dalam aspek-aspek tersebut.

Hal ini merupakan salah satu faktor pembelian hp Iphone. Gaya hidup ini menjadi faktor penting yang memengaruhi bagaimana mereka memandang nilai sebuah produk, termasuk Iphone, yang sering kali dipilih bukan hanya berdasarkan fungsionalitas, tetapi juga untuk mencerminkan status sosial dan citra diri.

Pembelian Iphone pada mahasiswa di Bengkulu dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama gaya hidup dan diferensiasi dalam preferensi konsumsi. Dalam pembelian hp Iphone di kalangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup preferensi pribadi, nilai-nilai yang dianut, dan gaya hidup, sedangkan faktor eksternal

meliputi pemasaran, rekomendasi dari teman, dan tren yang sedang berkembang. Terdapat perbedaan mencolok antara mahasiswa yang menggunakan Iphone dan yang tidak. Di Indonesia, penjualan Iphone tercatat sebanyak 2,61 juta unit, yang menunjukkan tingginya minat terhadap perangkat ini, termasuk di kalangan mahasiswa yang menjadikannya pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan teknologi mereka.

Mahasiswa yang menggunakan Iphone cenderung memiliki akses lebih baik terhadap aplikasi dan fitur eksklusif, mereka juga sering kali lebih aktif dalam berbagi konten di media sosial, berkat kualitas kamera dan kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh Iphone. Dengan demikian, penggunaan Iphone di kalangan mahasiswa tidak hanya mencerminkan pilihan teknologi, tetapi juga berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup dan interaksi sosial mereka. Fenomena ini juga terjadi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu.

Kebanyakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB menggunakan ponsel pintar khususnya Iphone. Penjualannya semakin meningkat seiring dengan kebutuhan mahasiswa untuk terhubung dengan informasi dan berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka, di mana mereka tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan akademis, tetapi juga kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar.

Dalam konteks ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB lebih memperhatikan fitur, desain, penampilan, dan status sosial juga menjadi faktor yang mendorong mereka untuk membeli Iphone, meskipun harga produk tersebut lebih mahal dibandingkan dengan ponsel pintar lainnya. Hasil observasi awal

pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2021 – 2022, banyak yang beranggapan bahwa memiliki Iphone dapat meningkatkan citra diri mereka di lingkungan sosial, sehingga mereka lebih bersedia untuk mengeluarkan biaya lebih untuk produk tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Diferensiasi terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Mahasiswa sering kali merasa bahwa kepemilikan Iphone dapat meningkatkan citra diri mereka di mata orang lain, sehingga memengaruhi keputusan pembelian mereka.
2. Fitur-fitur unik dan desain premium Iphone menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa yang ingin menunjukkan identitas dan status mereka di lingkungan sosial.
3. Meskipun harga Iphone lebih tinggi dibandingkan dengan smartphone lain, mahasiswa yang mengutamakan penampilan dan status sosial tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih demi mendapatkan produk yang dianggap berkualitas.

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki, maka perlu dibuat batasan masalah agar penelitian bisa maksimal. Batasan masalah dalam penelitian ini

terletak pada objek penelitian yang akan diteliti. Objek penelitian dibatasi hanya pada konsumen Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu angkatan 2021 - 2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas peneliti tertarik mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu 2021 – 2022?
2. Apakah *diferensiasi* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu 2021 – 2022?
3. Apakah gaya hidup dan *diferensiasi* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu 2021 – 2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian hp Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu angkatan 2021-2022.
2. Untuk mengetahui apakah *diferensiasi* mempengaruhi keputusan pembelian hp Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu angkatan 2021-2022.

3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup dan *diferensiasi* mempengaruhi keputusan pembelian hp Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Bengkulu angkatan 2021-2022.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dalam penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

- 1) Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa mengenai pentingnya melakukan keputusan pembelian yang cermat, mengingat aspek gaya hidup dan perbedaan produk dapat memengaruhi keuangan mereka.
- 2) Penelitian ini bisa memberikan informasi kepada konsumen, khususnya mahasiswa, mengenai pentingnya memilih produk berdasarkan kualitas, fitur, dan perbedaan yang sesuai dengan gaya hidup serta kebutuhan mereka, bukan hanya mengikuti tren saja.
- 3) Bagi mahasiswa yang berperan sebagai konsumen, studi ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai elemen-elemen yang berpengaruh pada pilihan mereka dalam membeli produk smartphone, terutama Iphone.