

## ABSTRAK

### **Holifatuz Safirah. 2024. Peran Harga Dan Pendapatan Dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Konsumen Generasi Z**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja  
Pembimbing: Edy Purwanto S.E., M.Sc.

Pada era *modern* saat ini perkembangan teknologi sangat pesat, mulai hal dari peralatan rumah sampai alat komunikasi, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi seseorang untuk berkomunikasi secara langsung serta melakukan aktivitas di rumah. Seperti halnya dengan hadirnya *smartphone*, seseorang dapat bekerja dari rumah ataupun melakukan aktivitas lainnya, karena *smartphone* mempunyai aplikasi pintar, dengan hadirnya aplikasi pintar pengguna *smartphone* menjadi mudah untuk mengakses berita atau informasi online dengan menggunakan *smartphone*, bahkan dapat pula menghasilkan uang.

Objek penelitian ini adalah iPhone. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk meneliti peran harga dan pendapatan dalam memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone pada konsumen Generasi Z. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Generasi Z yang membeli atau menggunakan iPhone. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria dan juga dengan jumlah responden yang diambil menggunakan rumus hair *et al*  $16x5 = 80$ . Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, serta uji MRA (*Moderated Regression Analysis*).

Hasil penelitian ini diperoleh gaya hidup (X) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), pada variabel moderasi harga (M1) menunjukkan bahwa harga mampu memoderasi hubungan antara variabel gaya hidup terhadap variabel keputusan pembelian sehingga dapat dikatakan pure moderasi, dan variabel moderasi pendapatan (M2) menunjukkan bahwa pendapatan mampu memoderasi hubungan antara variabel gaya hidup terhadap variabel dependen sehingga dapat dikatakan pure moderasi.

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, Harga, Pendapatan, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Holifatuz Safirah. 2024. *The Role of Price and Income in Moderating the Influence of Lifestyle on iPhone Purchase Decisions among Generation Z Consumers.***

Management Studies Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University Advisor: Edy Purwanto, S.E., M.Sc.

*In today's modern era, technological development is very rapid, ranging from household appliances to communication devices, thus facilitating someone to communicate directly and perform activities at home. With the advent of smartphones, one can work from home or engage in other activities, because smartphones have smart applications. With these applications, smartphone users can easily access news or online information using smartphones, and can even earn money.*

*The object of this study is the iPhone. The purpose of this study is to investigate the role of price and income in moderating the influence of lifestyle on the decision to purchase an iPhone among Generation Z consumers. The population in this study consists of Generation Z consumers who buy or use iPhones. The sampling technique used in this research is purposive sampling with several criteria and the number of respondents taken using the formula from Hair et al.,  $16 \times 5 = 80$ . The analytical techniques used are validity test, reliability test, classic assumption test, simple linear regression test, and Moderated Regression Analysis (MRA).*

*The results of this study indicate that lifestyle (X) significantly affects the purchase decision (Y). The moderation variable of price (M1) shows that price can moderate the relationship between lifestyle and purchase decision variables, thus it can be said to be a pure moderation. Similarly, the income moderation variable (M2) demonstrates that income can moderate the relationship between lifestyle and the dependent variable, thus it can also be termed pure moderation.*

**Keywords :** Lifestyle, Price, Income, Purchase Decision