

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK APPLE
(Studi Empiris Pada Mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun)**

SKRIPSI



**OLEH:
ANGELINE VIDIA MARCELIA
3903022002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2025**

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK *APPLE*
(Studi Empiris Pada Mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Prasyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun)

Oleh :

ANGELINE VIDIA MARCELIA

3903022002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2025

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK *APPLE***

(Studi Empiris Pada Mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun)

Oleh :

Angeline Vidia Marcellia

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen

Angeline Vidia Marcellia 2025

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Desember 2025

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dalam bentuk apapun tanpa izin dari penulis

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE* MEREK *APPLE
(Studi Empiris Pada Mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun)

Oleh:
Angeline Vidia Marcellia
3903022002

Telah disetujui dan diterima baik oleh dosen pembimbing skripsi Program Studi
Manajemen (Kampus Kota Madiun) Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya

Dosen Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN.0713126601


Tanggal : 27/11/2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Angeline Vidia Marcelia (NRP 3903022002)

Telah di uji pada tanggal 17 Desember 2025 dan dinyatakan Lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:




Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.

Mengetahui:

Dekan,

Hendra Wijaya, S. Akt., M.M., CPMA
NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi Manajemen,

Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.
NIDN. 0721048301

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Angeline Vidia Marcellia

NIM : 3903022002

Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Apple (Studi Empiris Pada Mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 02 Desember 2025

Yang menyatakan,



Angeline Vidia Marcellia
NRP. 3903022002

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Kampus Kota Madiun Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Adapun Judul dari skripsi penulisan adalah : **Pengaruh *Lifestyle* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Apple.**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan, masukan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Cinta pertamaku ibu Eni Yuli Rinawati dan kakak tercintaku Devita Christiana, yang selalu menjadi sumber semangat, serta kekuatan dalam setiap langkah hidup saya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa henti yang telah mengiringi setiap proses hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Yang teristimewa (Almarhum) Roedy Soesanto terimakasih telah menjadi alasan terbesar bagi saya untuk tetap kuat dan bertahan menyelesaikan segala proses yang saya jalani. *I did it* pah.
3. Ibu Wahyu Prabawati Putri Handayani, S.T., M.M Selaku Wali Studi yang selalu mengarahkan setiap proses yang terjadi dalam kegiatan akademik maupun non akademik. Terimakasih karena selalu memotivasi.
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing dan Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan bimbingan dari awal penulisan sampai dengan

penyelesaian skripsi ini. Terimakasih untuk semangat, nasehat dan motivasi luar biasa yang Ibu berikan saat proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh Staf Administrasi Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Kampus Kota Madiun Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan bimbingan, pelayanan, serta ilmu pengetahuan yang sangat berharga.
6. Teruntuk pemilik NRP 7203022002 saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya karena selalu menemani baik suka maupun duka dan menjadi *support system* penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman Inekhe, Natasha, May, Nobel, Devi, Natalia, Anita terimakasih telah memberikan dukungan dan kebersamaan. Semoga hubungan baik dapat terus berlanjut dan membawa kebaikan di masa depan.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dan membantu kelancaran proses penelitian mulai dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan pada pengembangan penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam penyempurnaan penelitian selanjutnya, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Madiun, 17 Desember 2025

Penulis



Angeline Vidia Marcellia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN HAK ATAS KEKAYAAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.4 Rumusan Hipotesis.....	29
2.5 Kerangka Penelitian	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	34
3.6 Analisis Data.....	36
BAB 4 ANALISA DATA PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Deskriptif Data	43
4.3 Uji Kualitas Data	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.5 Uji Hipotesis.....	56
4.6 Pembahasan	58
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62

5.2 Keterbatasan	62
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Indikator <i>Lifestyle</i>	32
Tabel 3.2 Indikator <i>Brand Awareness</i>	33
Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4.6 Interval Rentang Skala	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Lifestyle</i>	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i>	49
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.14 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	53
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei yang dilakukan oleh StatCounter Global Stats	2
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	21
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	29
Gambar 3.1 Daerah Penolakan Dan Penerimaan Hipotesis	40
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.2 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t Variabel <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	56
Gambar 4.3 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t Variabel <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Bukti Penyebaran Kuisisioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7. Tabel r
- Lampiran 8. Tabel t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *lifestyle*, *brand awareness* terhadap keputusan pembelian *smarthpone* merek Apple. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya kampus Kota Madiun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi(R). Hasil penelitian menemukan bahwa variabel *lifestyle* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian serta variabel *brand awareness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien Determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,748, artinya variabel *lifestyle* dan *brand awareness* memberikan pengaruh sebesar 74,8% dan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Lifestyle*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian, Mahasiswa UKWMS kampus Kota Madiun

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of *lifestyle* and *brand* awareness on purchasing decisions for Apple smartphones. The sample used in this study was 100 respondents who were students of Widya Mandala Catholic University Surabaya, Madiun City campus. The sampling technique used purposive sampling. The data analysis technique used multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination (R) tests. The results of the study found that *lifestyle* variables had a significant and positive effect on purchasing decisions, while *brand* awareness variables had a significant and positive effect on purchasing decisions. The coefficient of determination obtained was 0,748, meaning that *lifestyle* and *brand* awareness variables had an influence of 74,8%, and the remaining 25,2% was influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Lifestyle*, *Brand* Awareness, *Purchasing Decisions*, UKWMS Students Madiun City.