

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
APPLE PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh :

DEWA ARIF SYAPUTRA

NIM : 08020320033



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Dewa Arif Syaputra, 08020320033 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 19 Juni 2024



Dewa Arif Syaputra

NIM. 08020320033

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 20 Juni 2024

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop on the left and a vertical line with some horizontal strokes on the right.

Hanafi Adi Putranto, S.Si. SE. M.Si
NIP. 198209052015031002

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE APPLE* PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA

Oleh
Dewa Arif Syaputra
NIM: 08020320033

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2024 dan dinyatakan
memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 1)
2. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 2)
3. Dr. H. Akh. Yunan Athoillah, M.Si.
NIP. 198101052015031003
(Penguji 3)
4. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.
NIP. 198612132019032009
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 16 Juli 2024



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001 ✓



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DEWA ARIF SYAPUTRA
NIM : 08020320033
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN
E-mail address : dewa2001syahputra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN GAYA HIDUP

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* APPLE PADA GENERASI

Z DI KOTA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2024

Penulis

(Dewa Arif Syahputra)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana hubungan pengetahuan produk, *word of mouth*, dan gaya hidup dapat memberikan pengaruh keputusan pembelian. Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya cara menarik konsumen untuk membeli produk mereka, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, bahkan dalam mendisposisikan produk. pemahaman secara mendalam terkait informasi produk yang akan dibeli dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei secara online dengan menyebarkan kuesioner kepada 384 responden. Penelitian sampel dengan teknik purposive sampling. Studi ini menggunakan skala likert lima poin untuk mengukur jawaban responden. Alat analisis menggunakan SPSS versi 26 melalui beberapa tahapan berikut: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone pada Generasi Z di Kota Surabaya. (2) *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone pada Generasi Z di Kota Surabaya. (3) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone pada Generasi Z di Kota Surabaya. (4) Pengetahuan Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Generasi Z di Kota Surabaya

Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan edukasi dan menekankan iklan lebih banyak mengenai spesifikasi Iphone terhadap remaja. Perusahaan juga dapat meningkatkan fokus promosi dengan target pasar remaja melalui strategi gaya hidup. Peneliti lain dapat melakukan penelitian dengan variabel lain dan memperluas populasi serta memperbanyak jumlah sampel agar hasil lebih menyeluruh.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Word of Mouth, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The objective of this study is to examine how product knowledge, word of mouth, and lifestyle influence purchasing decisions. Smart companies will try to fully understand how to attract consumers to buy their products, encompassing all their experiences in learning, choosing, using, and even disposing of the product. A deep understanding of information about the product to be purchased can influence consumer behavior in making purchasing decisions.

The method used in this research is a quantitative approach. Data collection was conducted through an online survey technique by distributing questionnaires to 384 respondents. The sampling method used purposive sampling. This study employed a five-point Likert scale to measure respondents' answers. The analysis tools used SPSS version 26 through several stages: Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, and Hypothesis Testing.

The results of this study show that (1) Product Knowledge has a positive and significant effect on the purchasing decision of iPhones among Generation Z in Surabaya. (2) Word of Mouth has a positive and significant effect on the purchasing decision of iPhones among Generation Z in Surabaya. (3) Lifestyle has a positive and significant effect on the purchasing decision of iPhones among Generation Z in Surabaya. (4) Product Knowledge, Word of Mouth, and Lifestyle simultaneously affect the *buying* decision in iPhones among generation Z in the city of Surabaya.

The researchers suggest that companies should enhance education and emphasize more advertising regarding iPhone specifications to teenagers. Companies can also increase promotional focus with a teenage target market through lifestyle strategies. Future researchers can conduct studies with other variables, expand the population, and increase the sample size for more comprehensive results.

Keywords: Product Knowledge, Word of Mouth, Lifestyle, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	10
PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan	24
1.4 Manfaat Penelitian	24
BAB II	26
KAJIAN PUSTAKA	26
2.1 Landasan Teori	26
2.2 Penelitian Terdahulu	50
2.3 Kerangka Konseptual	54
2.4 Hipotesis	55
BAB III	59
METODE PENELITIAN	59
3.1 Pendekatan Penelitian	59
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	60
3.3 Identifikasi Variabel	60
3.4 Tabel Definisi Operational Variabel	61
3.5 Populasi dan Sampel	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data	66

3.7. Data dan Sumber Data.....	67
3.8 Teknik Pengolahan Data	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	69
2. Uji Asumsi Klasik	71
3. Analisis Data	72
4. Uji Hipotesis.....	74
BAB IV	77
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Gambaran Umum Penelitian	77
4.2 Karakteristik Responden	81
4.3 Hasil Jawaban Responden.....	84
4.4 Analisis Model Penelitian	88
4.5 Pembahasan	100
BAB V	108
PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114
.....	122

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Smartphone Pasar Global	12
Gambar 1. 2 Volume Penjualan Iphone 2017 - 2021.....	13
Gambar 1. 3 Pengguna Iphone pada Maret 2023.....	16
Gambar 2. 1 Model Analisis	54
Gambar 4. 1 Iphone 15.....	80
Gambar 4. 2 Logo Apple Inc.	81
Gambar 4. 3 Uji Normalitas P-Plot.....	91
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Grafik Histogram.....	92
Gambar 4. 5 Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Berdasarkan Jumlah Populasi.....	65
Tabel 3. 3 Opsional Jawaban Responden	67
Tabel 4. 1 Jumlah Responden	81
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 4. 3 Usia Responden	82
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	83
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden	84
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Konstruk Pengetahuan Produk.....	85
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Konstruk Word of mouth.....	85
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Konstruk Gaya hidup	86
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden Konstruk Keputusan pembelian.....	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validalitas Pengetahuan Produk (X1).....	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X2).....	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X3)	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4. 15 Kolmogrov Smirnov	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linear Berganda	95
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial	98
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan	99
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Biodata Peneliti	114
Lampiran 1. 2 Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 1. 3 Tabulasi Kuesioner	121
Lampiran 1. 4 Karakteristik Responden	131
Lampiran 1. 5 Hasil Jawaban Responden	132
Lampiran 1. 6 Uji Validitas.....	133
Lampiran 1. 7 Uji Reliabilitas.....	134
Lampiran 1. 8 Uji Normalitas	135
Lampiran 1. 9 Uji Multikolinearitas	136
Lampiran 1. 10 Uji Heterokedastisitas.....	136
Lampiran 1. 11 Uji Regresi Linear Berganda.....	136
Lampiran 1. 12 Uji Hipotesis.....	137
Lampiran 1. 13 R Tabel	138
Lampiran 1. 14 F Tabel.....	139
Lampiran 1. 15 T Tabel	140



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Aropah, Dimas Zainatul, Heri Wijayanto, and Dwi Warni Wahyuningsih. 2022. "Pengaruh E-Wom , Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo." 2(2): 344–58.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Atallah, Ferdy Bagas, M Fikri Maulana Anwar, and Diva Sahara Zahrah. 2023. "Perspektif Hak Kekayaan Intelektual Dalam Fenomena Iphone Handphone Copy Draw (Hdc) Terhadap Pelanggaran Kekayaan Intelektual Mengenai Hak Cipta Dan Desain Industri." 10(1): 1–13.
- Ayu, Dyah, and Miftakhul Zannah. "PENGARUH CITRA MEREK , HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK IPHONE (STUDI KASUS TERHADAP GENERASI Z KOTA SURABAYA) Dyah Ayu Miftakhul Zannah Dyahayumiftakhulzannah @ Gmail . Com Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia."
- Balatif, Mutasyakkirah. 2018. "Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Fashion Bangkok (Studi Pada Konsumen One Eight Woman Jl.Dr Mansyur No.80 Medan)." *Universitas Sumatera Utara* (80): 1–69.
- Daeng, Intan Trivena Maria, N.N Mewengkang, and Edmon R Kalesaran. 2017. "Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado." *e-journal "Acta Diurna"* 6(1): 1–15.
- Fatihudin, Didin, and Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Fuad, Muhammad. 2019. "PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA MAKASSAR."
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Himawan, Rafliie Aria. 2021. "Analisis Brand Equity Smartphone Apple Pada

- Generasi Milenial Kota Bogor.” *Universitas Pakuan Bogor*.
http://eprints.unpak.ac.id/3461/1/SKRIP_SI_RAFLIE_TTGN.pdf.
- Irvanto, Ogy, and Sujana. 2020. “Kesadaran Merek Terhadap Keputusan pembelian Produk Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8(2): 105–26.
- Joesyiana, Kiki. 2019. “PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau).” 4(1).
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing (The Prentice-Hall Series in Marketing)*. berilustra. Pearson.
- Kotler, Philip, and Kevin lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Lastyawati, Trizki. 2019. “THE INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE, PRICE, CELEBRITY ENDORSER, LIFESTYLE, AND WORD OF MOUTH ON PRUCHASE DECISIONS WARDAH COSMETICS IN SURABAYA.”
- Lin, Nan Hong, and Bih Shya Lin. 2007. “The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount.” *Journal of international management studies*. (August): 121–32.
- Louis, Marvin, and Carunia Mulya Firdausy. 2020. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Smartphone Apple Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2(1): 1. doi:10.24912/jmk.v2i1.7418.
- Mustomi, Dede, and Aprilia Puspasari. 2020. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4(1): 133. doi:10.36841/cermin_unars.v4i1.496.
- Oktaviani, Bunga Rizky, and Helpris Estaswara. 2022. “Pengaruh Electornic Word Of Mouth (EWOM) Di Media Sosial Twitter @ Avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin Effect of Electronic Word of Mouth (Ewom) in Social Media @ Avoskinbeauty on Purchase Decisions of Avoskin.” 1(1): 10–24.
- Pertiwi, Resky Putri. 2021. “PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DANGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI KABUPATEN

- BARRU SKRIPSI.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(February): 2021.
<https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076>
- PUJI, PUJI MUNIARTY, Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, and Tri Wahyuni. 2021. “Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian Masyarakat.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 14(1): 91–102. doi:10.51903/e-bisnis.v14i1.370.
- Pujiastuti, Heny, Arief Afendi, Rahman El Junusi, and Agus Mahardianto. 2022. “Consumers and Halal Cosmetic Products: Halal Label, Life Style and Word of Mouth Communication.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 4(1): 67–76. doi:10.21580/jdmhi.2022.4.1.10892.
- Riyanto, Zulmi. 2019. “Analisis Perilaku Mahasiswa Sains Dan Teknologi Dalam Penggunaan Smartphone (Gadget) Untuk Meningkatkan Prestasi Akademik.” *PERFORMA Media Ilmiah Teknik Industri* 17(2): 132–38. doi:10.20961/performa.17.2.28802.
- Ryandini, Tiara Putri, and Mokhamad Nurhadi. 2020. “Hubungan Gaya Kepemimpinan Kepala Ruang Dengan Motivasi Kerja Perawat Di Rumah Sakit.” *Fundamental and Management Nursing Journal* 3(2): 53. doi:10.20473/fmnj.v3i2.21611.
- Saputra, Aldi Bagus. “PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Yang Dilakukan Pada Sepatu Merek Converse Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).” : 1–25.
- Sari, Rama Dian, Diana Dewi Sartika, Safira Soraida, Universitas Sriwijaya, Universitas Sriwijaya, Universitas Sriwijaya, and Universitas Sriwijaya. 2023. “Iphone Dalam Perspektif Nilai Tanda Dan Simbol Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unsri *.” *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi* 17: 1–16.
- Sitorus, Christin Valentine, Agus Maolana, and Hidayat Se. 2019. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Iphone Di Bandung Tahun 2019 the Influence of Brand Image and Product Quality Towards Purchase Intention Buying Iphone in Bandung 2019.” *e-Proceeding of Applied Science* 5(2): 637–44.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabets.

- Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing. Service).
- Sutardjo, Deagiva, Silvya L. Mandey, and Michael Ch. Raintung. 2020. "PENGARUH GAYA HIDUP, WORD OF MOUTH DAN ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GLORIUSGLORIUS STORE MANADO." 8(4): 90–99.
- Tanjung, Agustini, and Eva Chintia. 2024. "Pengaruh Word Of Mouth, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone." *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 12(1): 1–12. doi:10.51747/ecobuss.v12i1.1737.
- Triadi, Salsabila, Yustiani Rahayu, and Danang Kusnanto. 2021. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone PENJUALAN MEREK IPHON E." 13(2): 257–63.
- Yulianti Farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Zulkarnain. 2022. "LEGAL PROTECTION OF FAMOUS BRAND RIGHTS IPHONE AND SAMSUNG PENDAHULUAN Indonesia Menjadi Salah Satu Market Besar Dan Potensial Bagi Berbagai Produk Teknologi Dunia Khususnya Smartphone . Hal Ini Terjadi Karena Jumlah Penduduk Yang Besar Dan Menjadi Salah ." 6(2): 138–47.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A