

## ABSTRAK

**M Rizki, 1820210053, “Pengaruh *Life Style*, *Reference Group* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syari’ah Iain Kudus”.**

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *life style*, *reference group* dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone pada mahasiswa prodi ekonomi syari’ah IAIN Kudus. Jenis penelitian yakni *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya ialah seluruh mahasiswa aktif prodi ekonomi syari’ah yang menggunakan iphone dan sampel yang digunakan sebanyak 97 responden melalui teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi berganda, uji  $R^2$ , uji f dan uji t.

Hasil dari data yang sudah diteliti menunjukkan secara simultan variabel *life style*, *reference group* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana skor f hitung 76,815 dan f table 2,70 ( $76,815 > 2,78$ ) dengan probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, hasil hipotesis pada uji f menunjukkan variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji parsial menunjukkan skor  $> (2,533 > 1,66140)$  dengan probabilitas ( $0,013 < 0,05$ ). Sehingga disimpulkan bahwa (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y). (X2) dengan nilai  $< (5,478 < 1,66140)$  dengan probabilitas ( $0,000 > 0,05$ ). Sehingga disimpulkan bahwa (X2) berpengaruh signifikan terhadap (Y). Adapun (X3) dengan nilai  $< (4,825 < 1,66140)$  dan nilai probabilitas ( $0,000 > 0,05$ ). Yang berarti bahwa (X3) memiliki pengaruh terhadap (Y).

Kata Kunci: *Life Style*, *Kemudahan*, *Reference Group*, *Citra Merk*, *Keputusan Pembelian*.