

## ABSTRAK

**Faula Ainun Nafisah, NIM : 1950210230, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program studi Manajemen Bisnis Syariah, Judul: Pengaruh *Quality product*, Brand Luxury Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone Pada Mahasiswa IAIN Kudus.**

Penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh *Quality product*, *Brand Luxury* dan *Lifestyle* terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone Pada Mahasiswa IAIN Kudus. Latar belakang penelitian ini adalah masalah penjualan *smartphone* Iphone di IAIN Kudus yang mana mengalami penurunan karena adanya peredaran Iphone ex-inter sehingga menggeser penjualan produk *smartphone* ex-ibox selain itu ancaman dari munculnya berbagai merk *smartphone* dengan inovasi dan persaingan bisnis telekomunikasi yang cepat serta dinamis. Oleh karena itu perlu adanya pengelolaan yang baik

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitas dan jenis kerja lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini populasi yakni seluruh mahasiswa pengguna Iphone di IAIN Kudus dengan jumlah sampel yang digunakan yakni 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan Uji validitas dan Reliabilitas Instrumen dan dalam analisis datanya menggunakan menggunakan uji normalitas, Uji multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokolerasi, uji linier berganda, dan dalam melakukan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial/Uji t dan Uji simultan atau uji f serta koefisien determinan.

Dalam penelitian ini hasilnya menunjukkan bahwa variabel *quality product* (X1) pengujian t dalam variabel *quality product* yakni nilai  $T_{hitung}$  sebesar 1,204 kemudian  $T_{Tabel}$  sebesar 1,985 dan probabilitas signifikansi  $0,232 > 0,05$ . Ditunjukkan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $1,204 < 1,985$ ) pada uji ini menunjukkan bahwa *quality produk* tidak berpengaruh signifikan. Variabel *Luxury brand* (X2) pengujian t dalam variabel *Luxury brand* yakni nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,790 kemudian  $T_{Tabel}$  sebesar 1,985 dan probabilitas signifikansi  $0,06 < 0,05$ . Ditunjukkan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $2,790 > 1,985$ ) pada uji ini menunjukkan bahwa *Luxury brand* berpengaruh positif dan signifikan.. Variabel *Lifestyle* (X3) Adapun pengujian T dalam variabel *Luxury brand* yakni nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,988 kemudian  $T_{Tabel}$  sebesar 1,985 dan probabilitas signifikansi  $0,04 < 0,05$ . Ditunjukkan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $2,988 > 1,985$ ) pada uji ini menunjukkan bahwa *Luxury brand* berpengaruh positif dan signifikan. *Quality Product*, *Luxury Brand* dan *Lifestyle* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Quality product*, *Luxury brand*, *Lifestyle* dan Keputusan pembelian