

## ABSTRAK

### **Keputusan Pembelian Berdasarkan Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, *Brand Awareness*, dan Lingkungan Sosial (Studi Kasus Pada Konsumen iPhone Generasi Z di JABODETABEK)**

Dewi Yulyasari <sup>1)</sup>, Yusuf Iskandar, S.Si., M.M <sup>2)</sup>

- <sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- <sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Generasi Z terhadap produk iPhone. Faktor-faktor yang diteliti meliputi gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, *brand awareness*, dan lingkungan sosial. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada generasi Z yang pernah melakukan pembelian serta menggunakan produk iPhone sebanyak 195 responden dengan menggunakan perhitungan Hair et al (2019) yakni 39 butir pertanyaan dikali faktor 5 (lima). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, *brand awareness*, dan lingkungan sosial) dengan variabel dependen yakni keputusan pembelian serta menggunakan SPSS 25. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, dan *brand awareness* secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Generasi Z terhadap produk iPhone. Gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan, sementara lingkungan sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, *Brand Awareness*, Lingkungan Sosial, Keputusan Pembelian, Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen