

ABSTRACT

The smartphone industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with the increasing interest of consumers in technology and digital lifestyles. One smartphone brand that has managed to maintain its presence amid intense competition is iPhone. Despite its relatively higher price compared to other brands, iPhone continues to hold a distinct market share, particularly among consumers who prioritize quality, brand image, and lifestyle.

This study aims to examine the influence of premium pricing, product quality, and lifestyle on the purchase decision of iPhone in Surabaya. The research adopts a quantitative approach, utilizing a Likert-scale questionnaire distributed to 85 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method with the help of SmartPLS version 4 software.

The results indicate that premium pricing, product quality, and lifestyle have a positive and significant effect on iPhone purchase decisions, both simultaneously and partially. This research contributes to the existing literature on consumer behavior and serves as a valuable reference for companies in formulating marketing strategies, particularly for premium products in a competitive market.

Keyword: *Premium Pricing, Product Quality, Lifestyle, and Purchase Decision.*

ABSTRAK

Industri smartphone di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan tingginya minat konsumen terhadap teknologi dan gaya hidup digital. Salah satu merek smartphone yang tetap mempertahankan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan adalah iPhone. Meskipun memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan merek lainnya, iPhone tetap memiliki pangsa pasar tersendiri, terutama di kalangan konsumen yang mementingkan kualitas, citra merek, dan gaya hidup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *premium pricing*, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Surabaya. Jenis Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling, melibatkan 85 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui software SmartPLS versi 4.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel *premium pricing*, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini memberikan sumbangan untuk memperkaya literatur terkait perilaku konsumen serta dapat berfungsi sebagai acuan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran khususnya dalam produk premium di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: *Premium Pricing*, Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian