

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *IPHONE*

Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Shyntia Devi Pandu'u
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *iPhone* pada mahasiswa pengguna *iPhone* di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang menggunakan *iPhone*, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik nonprobabilitas *sampling* yaitu *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *iPhone*. Citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, gaya hidup, keputusan pembelian.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND LIFE
STYLE TOWARDS DECISION TO PURCHASE IPHONE**

Study to Students of Sanata Dharma University Yogyakarta

Shyntia Devi Pandu'u
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2017

This study aims to determine the influence of brand image, product quality and lifestyle of iPhone purchase decisions on student iPhone users at Sanata Dharma University Yogyakarta. The population used in this study is all students of Sanata Dharma University who use the iPhone, with a sample of 100 respondents. Sampling technique is nonprobability sampling using that convenience sampling technique. The data was collected by questionnaire technique. Data analysis method used is multiple linear regression analysis, classical assumption test, F test, t test, coefficient of determination. The results of this study indicate that the brand image, product quality and lifestyle simultaneously influence the decision to purchase the iPhone. Brand image and lifestyle influence partially to iPhone purchase decision.

Keywords: brand image, product quality, lifestyle, purchasing decision.