

***The Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on
the Purchasing Decision of Samsung Smartphones
(A Study on Students in South Jakarta)***

By Ferbina Vebiyola Br Ginting

Abstract

This research employs a quantitative method with the aim of proving the influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality, on the Purchase Decision of Samsung smartphones. The study involves 100 respondents, consisting of Samsung smartphone users among university students in South Jakarta, as primary data. Secondary data is obtained through various references related to the research. Data collection utilizes purposive sampling technique and is analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the assistance of SmartPLS4 software. Consequently, the data processing reveals that (1) Brand Image has a positive and significant impact on Purchase Decision. (2) Lifestyle has a positive and significant impact on Purchase Decision. (3) Product Quality has a positive and significant impact on Purchase Decision.

Keywords: *Brand Image, Lifestyle, Product Quality, Samsung Smartphone, and Purchasing Decision.*

Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)

Oleh Ferbina Vebiyola Br Ginting

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. Penelitian ini menggunakan 100 responden dari mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung di Jakarta Selatan sebagai data primer, dan data sekunder penelitian diperoleh melalui berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS4. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Lifestyle*, Kualitas Produk, *Smartphone* Samsung, dan Keputusan Pembelian.