

**The Influence of Lifestyle, Product Quality, and Sales Promotion on Xiaomi
Smartphone Purchasing Decisions
(Case Study in DKI Jakarta Province)**

Oleh Salwa Azahra

ABSTRACT

As modern times evolve, so do the types of technology that are increasingly complex. These advancements impact almost every element of human life, with a special emphasis on communication technology. In today's life, smart phones or smartphones have become an important part of the lives of modern people. The purpose of this study was to determine, analyze and prove whether lifestyle, product quality, and sales promotion have an effect on purchasing decisions. The population in this study are users and have owned Xiaomi smartphones in the DKI Jakarta province. The sample used was 100 people. Using Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS 4 software. The results obtained show that lifestyle variables and sales promotions have a significant influence on purchasing decisions, while product quality variables have no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Product Quality, Sales Promotion, Purchase Decision*

**Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap
Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi
(Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)**

Oleh Salwa Azahra

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman modern, berkembang pula jenis-jenis teknologi yang semakin rumit. Kemajuan ini berdampak pada hampir setiap elemen kehidupan manusia, dengan penekanan khusus pada teknologi komunikasi. Di kehidupan saat ini, Ponsel pintar atau *smartphone* telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna dan pernah memiliki *smartphone* Xiaomi di provinsi DKI Jakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 4. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian