

The Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on Purchasing Decisions (Study of iPhone Users in South Jakarta)

By Rifa Khalisha

Abstract

In this modern era, the development of Science and Technology (IPTEK) is experiencing rapid progress with various innovative discoveries continuing to emerge, one of which is progress in communication technology, especially in the development of smartphones. Along with rapid progress in this field, smartphones have become one of the main necessities that cannot be separated from everyday life. This research aims to find out, analyze and prove whether brand image, lifestyle and product quality influence purchasing decisions. The population in this study are iPhone users who live and carry out activities in South Jakarta. The sample used was 100 respondents with a purposive sampling method using non-probability sampling techniques. This research is quantitative research using primary data. Data collection uses a Google form which is distributed online. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results of the test showed that (1) brand image had a significant influence on purchasing decisions, (2) lifestyle had a significant influence on purchasing decisions, and (3) product quality had a significant influence on purchasing decisions.

Keywords : *Brand Image, Lifestyle, Product Quality, Purchasing Decisions*

Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone Di Jakarta Selatan)

Oleh Rifa Khalisha

Abstrak

Pada zaman modern ini, perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) mengalami kemajuan yang pesat dengan berbagai penemuan inovatif yang terus bermunculan, salah satunya adalah kemajuan dalam teknologi komunikasi, khususnya dalam perkembangan *smartphone*. Seiring dengan pesatnya kemajuan dalam bidang ini, *smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan utama yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah *brand image*, *lifestyle* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna iPhone yang berdomisili serta beraktivitas di Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* menggunakan teknik *non-probability sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Pengumpulan data menggunakan *google form* yang disebarluaskan secara online. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil dari pengujian diperoleh bahwa (1) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, *Lifestyle*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian