

# ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE PURCHASING DECISIONS***

**By Hanifah Luthfiana**

## ***Abstract***

*This research is about iPhone purchase decisions using quantitative descriptive methods performed on the iPhone. iPhone is a line of smartphones designed and marketed by Apple Inc. The iPhone uses Apple's iOS mobile phone operating system known as the "iPhone OS". The purpose of this research is to analyze and prove whether the purchase decision on this iPhone is influenced by the Brand image, Lifestyle, and Product Quality. The population in this study is the Renan Store consumers who use the iPhone. Samples taken as many as 75 respondents with random sampling method. By distributing questionnaires to Renan Store consumers who use iPhones during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analysis tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the brand image variable has a correlation value of 0.639, the correlation value of Lifestyle -0.243 and the correlation value of product quality is 0.353 which means it has a partial and significant effect on purchasing decisions. From the analysis of the coefficient of determination, it can be explained that the brand image, lifestyle, and product quality affect the iPhone purchase decision for Renan Store consumers by 68.1%, while the remaining 31.9% is influenced by other variables outside of this research model.*

*Keywords: Brand image, Lifestyle, Product Quality, Purchase Decision*

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

**Oleh Hanifah Luthfiana**

## **Abstrak**

Penelitian ini tentang keputusan pembelian iPhone menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada iPhone. iPhone adalah jajaran telepon pintar yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. iPhone menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS Apple yang dikenal dengan nama "iPhone OS". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui menganalisis dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada iPhone ini dipengaruhi oleh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Renan Store yang menggunakan iPhone. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode random sampling. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada Konsumen Renan Store yang menggunakan iPhone saat proses pengumpulan data berlangsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek memiliki nilai korelasi 0,639 , nilai korelasi Gaya Hidup -0,243 dan nilai korelasi Kualitas produk 0,353 artinya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian iPhone pada konsumen Renan Store sebesar 68,1% , sedangkan sisanya 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Gaya Hidup , Kualitas Produk, Keputusan Pembelian