

ABSTRAK

Munculnya *smartphone* merupakan salah satu dampak dari berkembangnya teknologi. OPPO merupakan salah satu penyedia layanan elektronik dan teknologi yang banyak diminati dimasyarakat. *Smartphone* merek OPPO memiliki kualitas produk yang baik, *brand image* yang dikenal masyarakat serta *smartphone* merek OPPO mampu mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Life Style* secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian. Subjek atau lokasi dalam penelitian ini yaitu di Khally V Cell Candipuro, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang menggunakan *smartphone* merek OPPO. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan *life style* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk variabel *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *brand image* dan *life style* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 55,3% menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 44,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Life Style*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The emergence of smartphones is one of the impacts of technological development. OPPO is one of the most popular electronic and technology service providers in the community. smartphones OPPO brand have good product quality, brand image known to the public and smartphones are OPPO brandable to influence people's lifestyles. The purpose of this research is to know effect of Product Quality, Brand Image and Life Style partially or simultaneously the on Purchasing Decisions. The subject or location in this study is in Khally V Cell Candipuro, with 60 respondents using the smartphone OPPO brand. The sampling method used in this study was purposive sampling. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that partially product quality and variables life style significantly influence purchasing decisions. As for the variable, it brand image does not significantly influence purchasing decisions. The results simultaneously show that the product quality, variables brand image and life style have a simultaneous effect on purchasing decisions. With detriminas coefficient (R^2) of 55.3% shows the influence of the independent variables on purchasing decisions, while the remaining 44.7% of purchase decisions are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Life Style, Purchasing Decisions*

