

ABSTRAK

Smartphone vivo merupakan salah satu *smartphone* yang banyak digunakan oleh masyarakat yang mempunyai spesifikasi *smartphone* yang bagus. Seperti di Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang ini *smartphone* Vivo banyak sekali dikenal oleh masyarakat yang dimana mereka menggunakan *smartphone* tersebut untuk melakukan kegiatan kesehariannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Tempeh. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yang dimana teknik pengumpulan data yaitu *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 60 responden yang dihasilkan melalui jawaban kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Untuk hasil pada penelitian ini yaitu variabel faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Tempeh, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Tempeh, untuk variabel *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Tempeh.

Kata kunci : faktor budaya, harga, *brand image* dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Vivo smartphones are one of the smartphones widely used by people who have good smartphone specifications. For example, in Tempeh District, Lumajang Regency, Vivo smartphones are widely known by the community where they use these smartphones for their daily activities. The purpose of this study is to determine the influence of cultural factors, price and brand image on Vivo smartphone purchasing decisions in Tempeh District. This research is included in quantitative research where the data collection technique is purposive sampling with a sample of 60 respondents generated through questionnaire answers. While the data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. For the results of this study, the cultural factor variable influences the Vivo smartphone purchasing decision in Tempeh District, while the price variable does not affect the Vivo smartphone purchasing decision in Tempeh District. For the brand image variable influences the Vivo smartphone purchasing decision in Tempeh District.

Keywords: cultural factors, price, brand image and purchasing decisions

