

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OPPO SMARTPHONE
(Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Elvin Auliyanti
NIM. 214121703

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG
2018**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OPPO SMARTPHONE**

(Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang)

Elvin Auliyanti

Jurusan manajemen STIE Widya Gama Lumajang

E-mail : elvinauliyanti482@gmail.com

ABSTRAK

Smartphone merupakan inovasi produk *handphone* yang modern saat ini, salah satu *smartphone* yang berinovasi tersebut adalah *OPPO Smartphone*. *OPPO* adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan tercanggih. Saat ini *OPPO Smartphone* telah menjadi barang mewah bahkan menjadi gaya hidup yang diminati semua kalangan masyarakat terutama mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi dalam penelitian ini berada di STIE Widya Gama Lumajang dengan jumlah responden 40 mahasiswa yang menggunakan *OPPO Smartphone*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan metode analisis regresi linear berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone*. Dari hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone*. Dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,751. Hal ini berarti 56,4% Keputusan Pembelian(Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Gaya Hidup(X1), Kepercayaan Merek(X2) dan Kualitas Produk(X3) sedangkan sisanya yaitu 43,6% Keputusan Pembelian(Y) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

***THE EFFECT OF LIFE STYLE, BRAND TRUST AND PRODUCT QUALITY
TO DECISION PURCHASE OPPO SMARTPHONE
(Study at STIE Student Widya Gama Lumajang)***

Elvin Auliyanti
Jurusan manajemen STIE Widya Gama Lumajang
E-mail : elvinauliya482@gmail.com

ABSTRACT

Smartphone is an innovative modern mobile phone product, one of the smartphones that are innovating is OPPO Smartphone. OPPO is a global provider of electronic and technology services that brings the latest and most advanced mobile electronic devices. Currently OPPO Smartphone has become a luxury goods even become a lifestyle that is in demand all societies especially students STIE Widya Gama Lumajang. The purpose of this study is to determine the influence of lifestyle, brand trust and product quality partially or simultaneously to the decision pembelian. The location of this research is in STIE Widya Gama Lumajang with the number of respondents 40 students who use OPPO Smartphone. The sample used in this research is using purposive sampling method. With multiple linear regression analysis method, the results showed that partially Lifestyle, Brand Trust and Product Quality variables significantly influence OPPO Smartphone purchasing decisions. From the results simultaneously shows that the variables Lifestyle, Brand Trust and Product Quality significantly influence simultaneously to the purchase decision OPPO Smartphone. With the coefficient of determination (adjusted R²) obtained by 0.751. This means that 56.4% of Purchasing Decision can be explained by independent variable that is Lifestyle, Brand Trust and Product Quality, while the rest is 43,6% Purchasing Decision influenced by other variable not examined in this research.

Keywords: Lifestyle, Brand Trust, Product Quality, Purchase Decision

