

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Di Kalangan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”, ini ditulis oleh Ari Sulung Nurcahyo, NIM 12405193118. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan dosen pembimbing ibu Lativa Hartinigtas M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh produk *smartphone* yang terus berkembang setiap tahunnya di Indonesia. Sebagai contoh adalah munculnya berbagai brand baru yang mengguncang pasar produk *smartphone* yang dikuasai oleh brand-brand lama sehingga menciptakan persaingan yang cukup ketat dan membuat produsen harus meningkatkan kualitas produk mereka. Saat ini *smartphone* menjadi salah alat yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai alat komunikasi, hiburan, pendidikan maupun dalam berbisnis. Untuk kaum *iGeneration* mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih sejak kecil sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka. Dengan gaya hidup (*lifestyle*) tersebut kaum *iGeneration* menjadi salah satu pelopor dalam pengembangan produk *smartphone* oleh karena itu mereka menginginkan produk yang dapat menunjang kepribadian mereka. Hal tersebut menjadi sebuah nilai dalam mengambil keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari citra merek, kualitas, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* dikalangan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 397 responden yaitu mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang pernah membeli produk *smartphone*. Pengumpulan data menggunakan angket. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap analisis data meliputi: (1) Uji Validitas. (2) Uji Reliabilitas. (3) Uji Asumsi Klasik. (4) Uji Regresi Linier Berganda (5) Uji Hipotesis

Hasil penelitian dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan *lifestyle* (gaya hidup) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* di kalangan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, *Lifestyle*, Keputusan Pembelian

## ABSTRAC

*The thesis entitled "Analysis of the Influence of Brand Image, Quality, and Lifestyle on Smartphone Product Purchasing Decisions Among UIN Students Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung", was written by Ari Sulung Nurcahyo, NIM 12405193118. Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, with supervisor Mrs. Lativa Hartinigtas M.Pd.*

*This research is motivated by smartphone products that continue to grow every year in Indonesia. For example, the emergence of various new brands that shake the smartphone product market that is dominated by old brands so as to create quite fierce competition and make manufacturers have to improve the quality of their products. Currently smartphones are one of the tools that are needed in everyday life as a means of communication, entertainment, education and in business. For the iGeneration, they have known technology and are familiar with sophisticated gadgets since childhood so that it indirectly affects their personality. With this lifestyle, iGeneration is one of the pioneers in smartphone product development, therefore they want products that can support their personality. This becomes a value in making purchasing decisions*

*The purpose of this study is to find out how much influence of brand image, quality, and lifestyle on smartphone product purchasing decisions among UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung students*

*This study used a quantitative approach and the technique used in sampling in this study was Simple Random Sampling. The number of samples used in this study was 397 respondents, namely UIN student Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung who had bought a smartphone product. Data collection using questionnaires. The data source used is primary data. The measurement scale in this study used the Likert scale. The data analysis phase includes: (1) Validity Test. (2) Reliability Test. (3) Classical Assumption Test. (4) Multiple Linear Regression Test (5) Hypothesis Test*

*The results of the study from hypothesis testing showed that the variables of brand image, product quality and lifestyle (lifestyle) had a positive and significant effect on the purchase decision of smartphone products among UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung students*

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