

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smarthphone* Merek Oppo pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. Lokasi penelitian ini adalah di Universitas Malikussaleh, Adapun objek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i universitas Malikussalaeh yang menggunakan *smarthphone* Oppo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/I universitas Malikussalaeh yang menggunakan *smarthphone* Oppo. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yang diberikan diberikan kepada 102 responden yaitu mahasiswa/I universitas Malikussalaeh yang menggunakan *smarthphone* Oppo. Metode yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah metode kuantitatif dan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel gaya hidup, citra merek dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian *smarthphone* merk Oppo. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,667 menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 66,7%. Nilai R^2 adalah 0,445 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu gaya hidup, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian *smarthphone* merk Oppo sebesar 44,5% sedangkan sisanya sebesar 56,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to find out whether lifestyle, brand image and price influence the decision to purchase Oppo brand smartphones among Malikussaleh University students. The location of this research is at Malikussaleh University. The objects of this research are all Malikussalaeh University students who use Oppo smartphones. The population in this study were all students at Malikussalaeh University who used Oppo smartphones. The sampling method using accidental sampling was given to 102 respondents, namely students at Malikussalaeh University who used Oppo smartphones. The method used to support this research is a quantitative method and in this research is a multiple linear regression model using SPSS. The results of this research show that lifestyle variables, brand image and price have a partial and simultaneous influence on the decision to purchase an Oppo brand smartphone. The correlation coefficient (R) of 0.667 indicates that there is a fairly strong relationship between the independent variable and the dependent variable of 66.7%. The R2 value is 0.445, this shows that the influence of the independent variables, namely lifestyle, brand image and price on the decision to purchase an Oppo brand smartphone, is 44.5%, while the remaining 56.5% is explained by other variables outside this research.

Keywords: *Lifestyle, Brand Image, Price, Purchasing Decisions*