

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone pada mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh. penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus Bukit Indah Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah *lifestyle* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah berjumlah 100 responden dari populasi mahasiswa yang menggunakan *smartphone* merek iPhone. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.0. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket (kuesioner). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone dengan nilai signifikan $0,043 < 0,05$. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *lifestyle* dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone dengan nilai $7,916 > 3,090$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: *Lifestyle, Brand Image, Keputusan Pembelian*