

PENGARUH EKUITAS MEREK, GAYA HIDUP, DAN CITRA MEREK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE

(Survei pada Konsumen *Smartphone* Iphone di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

TASYAUNA HASNA SAFIRA

NIM. 141190264

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141190264@STUDENT.UPNYK.AC.ID

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami mengenai pengaruh ekuitas merek, gaya hidup, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Iphone. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna Iphone di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kriteria responden semua umur dan mengetahui *smartphone* Iphone dalam waktu 1 tahun terakhir. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Ekuitas Merek, Gaya Hidup, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Iphone.

Kata kunci : Citra Merek, Ekuitas Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian