

ABSTRAK

Wahyuningrum Ahzammubasharoh. 2024. Pengaruh Life Style, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Apriyanti, S.E., M.M., Pembimbing (II) Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh Life Style, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Kota Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 399 responden. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara purposive sampling. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa software SPSS versi 26.

Hasil Penelitian ini adalah (1) Life style berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Citra merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Life Style, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Life Style, Brand Image, Product Quality and Price towards Purchase Decisions for Second-hand iPhones with Ex International Warranty in Madiun City.

The aim of this study was to determine the influence of Life Style, Brand Image, Product Quality and Price towards Purchase Decisions for Second-hand iPhones with Ex International Warranty in Madiun City. This study was a quantitative with a sample size of 399 respondents. The sampling method was taken by purposive sampling. Data collection using a questionnaire distributed via google form. The data analysis technique used a test tool in the form of SPSS software version 26.

The results of this study are: (1) Life style has a positive but not significant effect towards Purchase Decisions, (2) Brand image has a significant positive effect towards Purchase Decisions, (3) product quality has a significant positive effect towards Purchase Decisions, (4) Price has a significant effect towards Purchase Decisions.

Keywords: Life Style, Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decisions.