

PENGARUH GAYA HIDUP, EKUITAS MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO DI KOTA PADANG

Delia Rizki Wulandari¹, Ice Kumala²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: deliarizkiwulandari2@gmail.com, icekamala@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup, ekuitas merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kota Padang . Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *smartphone* Vivo di Kota Padang dengan jumlah sampel 80 orang. Pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *simple purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 26. Dari hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa gaya hidup, ekuitas merek dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di kota Padang.

Kata kunci: gaya hidup, ekuitas merek, harga dan keputusan pembelian

Abstract

This study aims to explain the influence of shopping lifestyle, brand equity, and Price on purchase decision by customer smartphone vivo in Padang. The population used in this study are consumers who buy product smartphone vivo in Padang with a sample 80 respondent. Sampling used in this research is non probability sampling with purposive sampling technique. Retrieval of data in research by distributing questionnaires and using likert scale. The data analysis method in this study is multiple linear regression and analysis using the SPSS 26 application. The result of this study partially shows that shopping lifestyle, brand equity and price has significant and positive on impulsive buying.

Keyword: shopping lifestyle, brand equity, price and purchase decision