

ABSTRAK

Tri Susanti, No.Bp 16101155310233, Manajemen (2020) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Brand Image, Desain dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas putra indonesia “yptk” Padang). Metode pengumpulan data melalui pegedarkan kuisisioner, dengan sampel 100 mahasiswa manajemen dan akuntansi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh : (a) terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0,032 < 0,05$). (b) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0,004 < 0,05$). (c) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0,003 < 0,05$). (d) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Desain terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). (e) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0,023 < 0,05$). Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) dapat diketahui tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Maka penulis berkesimpulan bahwa Kualitas Produk, Gaya Hidup, *Brand Image*, Desain dan Harga secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Peningkatan Keputusan Pembelian. Dan berdasarkan uji koefisien Determinasi (R^2) nilainya adalah 0,819. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase kontribusi variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup, *Brand Image*, Desain dan Harga secara simultan dan parsial terhadap Peningkatan Keputusan Pembelian Hp Iphone adalah sebesar sebesar 81,9% sedangkan 18,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Akhirnya penulis menyarankan kepada Produk untuk dapat memperhatikan Kualitas Produk, Gaya Hidup, *Brand Image*, Desain dan Harga karena terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian tanpa mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Gaya Hidup, Brand Image, Desain, Harga, Keputusan Pembelian*