

**ANALISA FAKTOR PENGARUH GAYA HIDUP, EKUITAS MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO (STUDI KASUS PADA  
KALANGAN MAHASISWA UNPRI)**

**Jefani Wijaya<sup>1</sup> Sherin Angelita<sup>2</sup>**  
**Program Studi Manajemen**  
**Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

Bagi mahasiswa, gaya hidup memiliki peranan penting, sehingga penggunaan iPhone seringkali dianggap lebih prestisius dibandingkan dengan produk VIVO. Selain itu, merek VIVO belum cukup kuat untuk menarik perhatian konsumen, terutama bagi mereka yang mencari ponsel berkualitas dengan harga terjangkau. Di pasar ponsel low budget, merek seperti OPPO, Xiaomi, dan Samsung juga memiliki reputasi yang baik. Selain itu, banyak konsumen mengeluhkan kualitas produk VIVO, yang membuat mahasiswa ragu untuk memilih merek ini dan lebih memilih produk yang sudah mereka percayai. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua mahasiswa pengguna produk VIVO, namun jumlahnya tidak dapat ditentukan secara tepat. Karena populasi yang tidak diketahui, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Metode ini memungkinkan perhitungan jumlah sampel meskipun populasi tidak diketahui, dan menghasilkan sebanyak 96 sampel. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah accidental sampling, di mana responden dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian smartphone VIVO. Ekuitas Merek juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian smartphone VIVO. Selain itu, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian smartphone VIVO. Secara keseluruhan, Gaya Hidup, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk secara signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian smartphone VIVO.

*Kata Kunci: Gaya Hidup, Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*