

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP, EKUITAS MEREK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI PURWOKERTO“ merupakan riset dasar bagi pengembangan model penelitian berikutnya. Adanya hasil yang berbeda yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya, terkait pengambilan keputusan membeli pembelian smartphone menjadi latar belakang penelitian ini. Selain itu, penelitian juga mengembangkan model kausalitas antara gaya hidup dan ekuitas merek dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan konsumen membeli smartphone, pengembangan model dengan memasukkan variabel brand image sebagai prediktor. Hasil survei menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan respon yang positif terhadap variabel brand image. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa mayoritas responden meyakini bahwa iPhone memiliki citra merek yang baik. Berdasarkan hasil survei diketahui persentase skor rata-rata untuk masing-masing item pengukur variabel brand image yaitu kekuatan, keunikan, dan keunggulan memperoleh skor yang sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa item iPhone adalah merek terkenal, merek yang unik, dan memiliki banyak keunggulan dibandingkan merek lain mencerminkan variabel brand image.

