

ABSTRACT

This study aims to determine whether Brand Image and Lifestyle influence the Purchase Intention of Samsung smartphones in Bandung City. The focus is on examining the direct influence of the independent variables on the dependent variable. The research method used is the descriptive-verify method, where the descriptive approach is applied to illustrate the conditions of the variables—Brand Image, Lifestyle, and Purchase Intention—among Samsung smartphone consumers in Bandung. Meanwhile, the verify approach is used to test the influence between these variables through statistical analysis. This study involved a sample of 125 respondents, selected using purposive sampling, with criteria including: interest in purchasing a Samsung smartphone, current users of Samsung smartphones, or individuals who have previously purchased or used a Samsung smartphone. The research instrument used for data collection was a structured questionnaire. The results of the analysis indicate that the independent variable Brand Image has a direct and significant influence on the dependent variable Purchase Intention. Likewise, the independent variable Lifestyle also has a direct and significant influence on Purchase Intention. Furthermore, the findings show that Brand Image and Lifestyle simultaneously have a direct and significant influence on the Purchase Intention of Samsung smartphones.

Keyword : Brand Image, Lifestyle, Purchase Intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Brand Image* dan *Lifestyle* berpengaruh terhadap Minat Beli *smartphone* Samsung di Kota Bandung. Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif, di mana pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Minat Beli konsumen *smartphone* Samsung di Kota Bandung, sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel tersebut melalui analisis statistik. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 125 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria berminat untuk membeli *smartphone* Samsung, pengguna *smartphone* Samsung, dan pernah membeli atau menggunakan *smartphone* Samsung. Alat pengujian yang digunakan adalah instrumen penelitian. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa variabel independen *Brand Image* memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli. Sedangkan variabel independen *Lifestyle* memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel independen *Brand Image* dan *Lifestyle* secara bersama-sama memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli.

Kata kunci : *Brand Image*, *Lifestyle*, Minat Beli