

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse pada mahasiswa STIESIA Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian merupakan seluruh konsumen yang pernah membeli dan memakai produk sepatu merek Converse di STIESIA Surabaya.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sesuai dengan kuisisioner yang diisi oleh 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan teknik metode *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantuaplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Gaya Hidup, Kesadaran Merek, Kualitas Produk, KeputusanPembelian.

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of lifestyle, brand awareness and product quality on buying decision of Converse shoes for STIESIA Surabaya students. While, the population was all consumers who had bought and used Converse shoes at STIESIA Surabaya.

The research was descriptive-quantitative. Moreover, the data collection technique used non-probability sampling. Furthermore, the sampling technique used purposive sampling. In line with, there were 100 respondents as sample. Additionally, the instrument was questionnaires. The questionnaires were distributed to the respondents. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 22.0. Meanwhile, the instrument testing used validity and reliability tests.

The research results concluded lifestyle had positive and significant effect on buying decisions of Converse shoes. Likewise, brand awareness had positive and significant effect on buying decision of Converse shoes. Similar to, product quality had positive and significant effect on buying decision of Converse shoes.

Keywords: Lifestyle, Brand Awareness, Product Quality, and Buying Decisions.

