

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian Ms Glow For Men. Keputusan pembelian merupakan salah satu tujuan bisnis dari perusahaan yang bisa berdampak pada keberlangsungan operasional perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian dan menggunakan produk Ms Glow For Men.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer, teknik pengambilan anggota sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan anggota sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, kualitas produk, promosi dan citra merek berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada variabel gaya hidup, kualitas produk dan citra merek memiliki pola hubungan secara signifikan kecuali promosi tidak berpengaruh secara signifikan. Bagi perusahaan Ms Glow For Men diharapkan mengikuti kesesuaian gaya hidup, terus meningkatkan kualitas produk, mengembangkan inovasi promosi di setiap kota-kota yang masih belum terjangkau akan produk Ms Glow For Men, terus meningkatkan citra merek konsumen agar keputusan pembelian terus terjaga dan meningkat.

Kata Kunci: gaya hidup, kualitas produk, promosi, citra merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to examine and analyze the effect of life-style, product quality, promotion, and brand image on buying decisions of Ms Glow For Men. The buying decision is one of the companies' business goals which affect its operational continuity. Moreover, the population was consumers who bought and used the product of Ms Glow For Men.

The research was quantitative. Furthermore, the data were primary. Additionally, the data collection technique used purposive sampling, with 100 respondents as the sample. While, the instrument in data collection technique used questionnaires. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS.

The research result concluded that life-style, product quality, promotion, and brand image had a positive effect on buying decisions. Meanwhile, life-style, product quality, and brand image had a significant effect on buying decisions. For promotion, it had an insignificant effect on buying decisions. In suggestion, the management was expected to follow suitability of life-style, keep improving the product quality, developing promotion innovation in every cities which could not be reached for Ms Glow For Men product, and improving consumers' brand image in order to maintain and increasing the buying decisions.

Keywords: Life-Style, Product Quality, Promotion, Brand Image, Buying Decisions



I certify that this translation is true
and accurate, Prepared by a
professional translator. This
translation is provided on this day

1/3/2022

M. Faisal, S.Pd., M.Pd
STIESIA Language Center
Menur Pungutan 30 Surabaya 60118, Indonesia