

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Bata.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu 307 mahasiswa program studi Manajemen Angkatan 2019 STIESIA Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonrandom sampling dengan model purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 174 responden. Jenis data bersumber dari data primer yang didapatkan dari penyebaran kuisioner. metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda mrnggunakan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedasitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat yang ditentukan. Sedangkan uji kelayakan model menggunakan uji F dan koefisien determinasi menyatakan model regresi pada penelitian layak digunakan. Hasil penelitian deskriptif menjelaskan bahwa gaya hidup, citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian tergolong dalam kategori baik. Hasil penelitian hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Gaya Hidup, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembeli

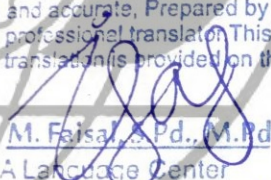
ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of lifestyle, brand image, and product quality on consumers' purchasing decisions for Bata shoe products.

The research was quantitative. Moreover, the population was 307 students majoring in Management 2019, STIESIA Surabaya. The data collection technique used non-random sampling. Furthermore, the sampling technique used purposive sampling. In line with that, there were 174 respondents as the sample. The data were primary with questionnaires as the instrument. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 23.

The result of the classical assumption test consisting of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity test showed that all variables had fulfilled the criteria given. While the proper model test which used F-test and determination coefficient showed that the regression model was properly used. In addition, the result of the descriptive test concluded that the lifestyle, brand image, product quality, and purchasing decisions were in a good category. Likewise, the hypothesis test showed that lifestyle, brand image, and product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions*

I certify that this translation is true
and accurate, Prepared by a
professional translator. This
translation is provided on this day 27/2/23

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