

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DISTRO VAST YOGYAKARTA

Muhamad Rinaldy Siradjuddin

Email: rinaldys.1996@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Audita Nuvriasari, SE.,MM.

Email: audy_nuvriasari@ymail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di distro Vast Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun peneliti, terdiri dari 6 aitem kuesioner gaya hidup, 5 aitem kuesioner citra merek, 5 aitem kuesioner harga, dan 7 aitem kuesioner keputusan pembelian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F). Hasil menunjukkan bahwa gaya hidup, citra merek, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Vast Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan ($p=0,000$; $F=119,775$). Akan tetapi, keseluruhan penelitian masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dan didiskusikan.

Kata kunci: gaya hidup, citra merek, harga, keputusan pembelian, konsumen, distro vast yogyakarta

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, BRAND IMAGE, AND PRICE ON CONSUMER PURCHASING DECISION IN DISTRO VAST YOGYAKARTA

Muhamad Rinaldy

Siradjuddin Email:

[rinaldys.1996@gmail.](mailto:rinaldys.1996@gmail.com)

[com](mailto:rinaldys.1996@gmail.com) Dosen

Pembimbing:

Dr. Audita Nuvriasari,

SE.,MM. Email:

[audy_nuvriasari@ymail.](mailto:audy_nuvriasari@ymail.com)

[com](mailto:audy_nuvriasari@ymail.com)

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

This study aims to find the influence of lifestyle, brand image, and price on consumer purchasing decision in Distro Vast Yogyakarta. The respondents in this study were 100 college students of Mercu Buana Yogyakarta University. Sampling method was carried out by using purposive sampling technique. Data were collected by using questionnaire made by researchers, it consists of 6 items of lifestyle questionnaire, 5 items of brand image questionnaire, 5 items of price questionnaire, and 7 items of consumer purchasing decision questionnaire.

The data analysis in this study used partial test (T-Test) and simultaneous test (F-Test). The result shows that lifestyle, brand image, and price have a positive and significant influence on consumer purchasing decision in Distro Vast Yogyakarta both partially nor silmutaneously ($p=0.000$; $F=119,775$). However, this study still has limitations that need to be noticed and discussed.

Keywords: *lifestyle, brand image, consumer purchasing decision, distro vast Yogyakarta*