

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN KAMIKO *BARBERSTUDIO*
DI MASA PANDEMI COVID-19**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Kamiko *Barberstudio* Bantul di masa pandemi covid-19. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup. Jenis Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan jasa potong rambut di Kamiko *Barberstudio* Bantul. Item pertanyaan untuk semua variabel terbukti valid dan reliabel. Uji asumsi klasik menghasilkan data terdistribusi normal, model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian 3) Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian 4) Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Gaya Hidup

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION
AND LIFESTYLE ON DECISION PURCHASING AT KAMIKO
BARBERSTUDIO DURING PANDEMIC COVID-19***

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price perception, and lifestyle on consumer purchasing decisions at Kamiko Barberstudio Bantul during the COVID-19 pandemic. The dependent variable in this study is the purchase decision, while the independent variables in this study are service quality, price perception, and lifestyle. This type of research is causal quantitative research. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents who had used haircut services at Kamiko Barberstudio Bantul. Question items for all variables proved valid and reliable. Classical assumption test produces data with normal distribution, regression model that does not occur multicollinearity and does not occur heteroscedasticity. The results of this study indicate that: 1) Service Quality has a significant positive effect on Purchase Decisions, 2) Price Perception has a significant positive effect on Purchase Decisions 3) Lifestyle has a significant positive effect on Purchase Decisions 4) Service Quality, Price Perception, and Lifestyle have a significant positive effect on Simultaneous to Purchase Decision.

Keywords: *Purchasing Decision, Service Quality, Price Perception, Lifestyle*