

PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO DI KECAMATAN BULELENG

Oleh
I Putu Rian Adi Suarsana, Nim 1917041054
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo baik itu secara simultan maupun secara parsial. Rancangan penelitian ini menggunakan kuantitatif kausal. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen laptop Lenovo di Kecamatan Buleleng dengan objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu gaya hidup, citra merek dan keputusan pembelian. Jumlah sampel adalah 70 responden. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner, kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa (1) gaya hidup dan citra merek secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: citra merek, gaya hidup, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of lifestyle and brand image on purchasing decisions of Lenovo laptops, either simultaneously or partially. The design of this study uses causal quantitative. The subjects used in this study were Lenovo laptop consumers in Buleleng District with the objects used in this study namely lifestyle, brand image and purchasing decisions. The number of samples is 70 respondents. The method used in data collection was a questionnaire, then analyzed by multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) lifestyle and brand image significantly influence purchasing decisions. (2) lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, lifestyle, purchase decision