

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VCO PADA UMKM
BALI PURE**

Oleh

Luh Tu Suparini, NIM 1817041174

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk VCO Bali Pure di Kabupaten Badung. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling incidental. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 150 orang responden yang kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk VCO Bali Pure dengan sumbangan pengaruh sebesar 50,4%. (2) Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk VCO Bali Pure dengan sumbangan pengaruh sebesar 13,9%. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk VCO Bali Pure dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,4%. (4) Kualitas produk, gaya hidup dan citra merek secara Bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk VCO Bali Pure dengan besaran pengaruh 58,2%, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1), gaya hidup (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

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

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE AND BRAND
IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE VCO PRODUCTS IN BALI
PURE MSMEs***

By

Luh Tu Suparini, NIM 1817041174

Management major

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product quality, lifestyle and brand image on purchasing decisions for VCO Bali Pure products in Badung Regency. The research uses quantitative research methods with a causal research design. The sampling method used is incidental sampling. The number of samples used in this research was 150 respondents who were then analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this research show that: (1) product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions for VCO Bali Pure products with an influence contribution of 50.4%. (2) Lifestyle has a positive and significant influence on purchasing decisions for VCO Bali Pure products with an influence contribution of 13.9%. (3) Brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions for VCO Bali Pure products with an influence contribution of 21.4%. (4) Product quality, lifestyle and brand image together have a significant influence on purchasing decisions for VCO Bali Pure products with an influence size of 58.2%, so it can be concluded that product quality (X1), lifestyle (X2), and brand image (X3) has a partial and simultaneous influence on purchasing decisions (Y).

Keywords: *product quality, lifestyle, brand image, purchasing decisions*