

ABSTRAK

Muhammad Nizar Syadili (1138020163) : Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen di Outlet Rabbani, dan Zoya Wilayah Bandung Timur)

Citra Merek merepresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Keputusan Pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif, dengan metode Deskriptif Verifikatif. Populasi dan sampelnya adalah konsumen di Outlet Rabbani dan Zoya wilayah Bandung Timur. Pada penelitian ini penentuan sampel ditujukan secara *NonProbability Sampling* dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, sehingga ditentukan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang dihasilkan adalah tanggapan responden yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuesioner telah disebar. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t dan ujiF, sedangkan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda koefisien determinasi. Adapun perhitungan dalam pengolahan data ini dengan dibantu program SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Citra Merek (X1) di *brand* Rabbani dan Zoya berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian karena $t_{hitung} 7,055$ dan $6,384 > t_{tabel} 1,684$. Variabel Gaya Hidup (X2) di *brand* Rabbani dan Zoya berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian karena $t_{hitung} 7,571$ dan $7,195 > t_{tabel} 1,684$. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel Citra Merek dan Gaya Hidup di *brand* Rabbani dan Zoya secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan $F_{hitung} 38,027$ dan $32,066 > F_{tabel} 3,20$. Berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan bahwa R^2 (Rabbani) sebesar $0,618 \times 100\% = 61,8\%$ sedangkan sisanya $39,2\%$ dipengaruhi faktor lain, dan R^2 (Zoya) sebesar $0,577 \times 100\% = 57,7\%$ sedangkan sisanya $42,3\%$ dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian