

PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA DEPOK

ABSTRAK

Berkembangnya zaman yang terus meningkat seperti saat ini membuat persaingan bisnis semakin ketat, salah satu bisnis yang sedang trend adalah petualangan di alam bebas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Depok

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif. Data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada 200 responden melalui google form yaitu konsumen produk Eiger di Kota Depok. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Eiger dan Masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Depok. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, kelayakan faktor, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pada variabel persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger di Kota Depok.

Kata Kunci : Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga

(xiv + 121 + Lampiran)

Daftar Pustaka (1988 – 2023)