

Mohamad Andika Putra Riyanto 11221184

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *LIFESTYLE* DAN *SOCIAL INFLUENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SPECS.**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
2024.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, *lifestyle* dan *social influence* terhadap keputusan pembelian produk Specs pada masyarakat Jakarta Selatan.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer. Tahap uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument kusioner dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden dengan kategori orang yang pernah membeli sepatu Specs. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan bantuan *software IBM SPSS statistic 23*.

Hasil penelitian uji T menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Specs, sedangkan *Lifestyle* dan *Social Influence* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Specs dan hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi harga, *lifestyle* dan *social influence* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Specs.

Kata Kunci : *Persepsi Harga, Lifestyle, Social Influence dan Keputusan Pembelian*

(ix + 72 + lampiran)

Daftar Pustaka (2004 – 2022)