

ABSTRAK

“PENGARUH HARGA, GAYA HIDUP, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOTATO”

Penelitian yang berjudul “pengaruh harga, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan pembelian produk Motato” ini memiliki tiga tujuan, yaitu: (1) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Motato, (2) Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Motato, (3) Mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian Motato. Motato adalah usaha yang bergerak dalam bidang makanan yang berbahan dasar kentang yang dihaluskan. Penjualan yang dilakukan oleh Motato yaitu dengan cara *online* dan berjualan pada bazaar yang ada. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang pernah membeli produk Motato dan yang merupakan pengikut pada akun media sosial Motato. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 140 responden. Pengumpulan data untuk penelitian ini disebarluaskan secara *online*. Dalam penelitian ini data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS sebagai alat bantu. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Motato. (2) Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Motato. (3) Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Motato.

Kata kunci: Harga, Gaya hidup, Media Sosial, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

“The Effect of Price, Lifestyle, and Social Media on Purchase Decisions of Motato Product”

The research which entitled The effect of price, lifestyle, and social media on purchase decision of Motato product has three purposes, that is: (1) to know the effect of price on purchase decision of Motato consumers, (2) to know the effect of lifestyle on purchase decision of Motato product, (3) to know the effect of social media on purchase decision of Motato product. Motato is a business that runs in food field that has mashed potato basic material. The sale that is done by Motato, that is, by online and selling at existing bazaar. This research uses quantitative methode. The population in this research is all consumers who have ever bought Motato product and who are the followers of Motato social media account. The total sample in this research is 140 respondents. Data collection for this research is distributed online. In this research, data that is obtained processed by using multiple linear regression analysis by using SPSS program as helping tool. The result of this research are: (1) price affects significantly on purchase decision on Motato consumer. (2) lifestyle affects significant on purchase decision on Motato product. (3) social media affects significant on purchase decision on Motato product.

Keywords: *price, lifestyle, social media, purchase decision*