

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO CONTER JEANS SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh gaya hidup dan persepsi terhadap keputusan pembelian di toko Conter Jeans Surabaya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh 86 responden dari populasi yang telah ditentukan.

Jenis penelitian ini adalah kausal komparatif. Metode pemilihan sampel ini yaitu dengan *non probability sampling*, yaitu *convenience sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gaya hidup sebagai (X_1) dan persepsi sebagai (X_2) sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Analisis yang dilakukan dengan regresi linier berganda, yang diawali dengan adanya hipotesis dan diuji menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh gaya hidup dan persepsi secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko Conter Jeans Surabaya. Variabel gaya hidup (X_1) dan persepsi (X_2) juga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di toko Conter Jeans Surabaya. Variabel bebas yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah persepsi. Kontribusi variabel bebas (gaya hidup dan persepsi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 42,9%.

Kata kunci : gaya hidup (X_1), persepsi (X_2), keputusan pembelian konsumen (Y).

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LIFE STYLE AND PERCEPTION ON CONSUMER'S PURCHASING DECISION MAKING IN CONTER JEANS STORE IN SURABAYA

The purpose of this research is to identify the influence of lifestyle and personality on consumer's decision making in Conter Jeans Store Surabaya. The technique of data collect on includes questionnaire distributed to 84 respondents from all population.

The type of research is causal comparative research. The sampling method uses a non-probability sampling, namely convenience sampling. Independent variables in this research are lifestyle (X_1) and perception (X_2), and the dependent variable is buying decision (Y).

The analysis technique is multiple regression, which started with hypothesis and tested with F test and t test. The result of this research shows that independent variables (lifestyle and perception) simultaneously influence dependent variable (buying decision). Independent variables (lifestyle and perception) partially influence dependent variable (buying decision). The independent variable which has great influence on dependent variable (buying decision) is perception. The contribution of independent variables (lifestyle and perception) towards dependent variable (buying decision) is about 42.9%.

Key words : lifestyle (X_1), perception (X_2), consumer's decision making (Y).