

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga, promosi dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan populasi pada konsumen dari Minuman Suweger di Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 99 responden, Teknik pengambilan sampel penelitian ini dilakukan menggunakan Metode Accidental Sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji T, Uji F dan Koefisiensi determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (5) Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to determine whether product quality, price perception, promotion and lifestyle affect purchasing decisions. This study uses a population of consumers of Suweger Drinks in Surabaya. This type of research is a comparative causal study with a quantitative approach. The sample used in this study was 99 respondents. The sampling technique of this study was carried out using the Accidental Sampling method, namely sampling based on needs. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis techniques used are validity, reliability, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis, T test, F test and coefficient of determination. The results of this study indicate that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (2) Price Perception has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (3) Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (4) Lifestyle has an effect positive and significant effect on Purchase Decision, (5) Product Quality, Price Perception, Promotion and Lifestyle simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Decision.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Promotion, Lifestyle, Purchase Decision