

ABSTRAK

Zumrotul, laeli assyamsi. 2020. Skripsi. **Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini di lakukan terhadap restoran cepat saji KFC dengan bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada KFC kota probolinggo. Serta untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan hubungan kausal. Sampel penelitian sebanyak 263 responden yang diperoleh dengan teknik non probabilitas yaitu metode sampling incidental. Metode analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji asusmsi klasik, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada penelitian ini bersifat valid dengan nilai di atas 0,121 dan reliabel dengan nilai diatas 0,60. Uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,514 > 1,650758$) sig $0,000 < 0,05$, variabel citra merek (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,743 > 1,650758$) sig $0,000 < 0,05$ dan kualitas produk (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,096 < 1,650758$) sig $0,037 > 0,05$. Variabel yang paling dominan adalah citra merek dengan nilai koefisien beta 0,510.

Kata kunci: gaya hidup, citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Zumrotul, laeli assyamsi. 2020. Thesis. ***The Influence Of Lifestyle, Brand Image and Product Quality On Purchase Decision at Kentucky Fried Chicken (KFC) in the City of Probolinggo.*** Management Study Program, Faculty Economi, Panca Marga University Probolinggo.

This research was conducted on KFC fastfood restaurants with the aim to determine whether there is a significant influence between lifestyle, brand image and product quality on purchasing decisions at KFC in the city of Probolinggo. And to find out which variable is the most dominant towards the purchase decision.

This type of research is quantitative research with a causal relationship approach. The sample of this study were 263 respondents obtained by non probability techniques, namely the incidental sampling method. Methods of data analysis using validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, classic assumption test, t test, and coefficient of determination.

The results showed that the statement items in this study were valid with values above 0.121 and reliable with values above 0.60. The t test showed that lifestyle variables (X_1) significantly influenced purchasing decisions (Y) with tcount trabel values ($4,514 > 1,650758$) sig $0,000 < 0,05$ the brand image variable (X_2) significantly influences the purchase decision (Y) with the tcount value of the table ($9,743 > 1,650758$) sig $0,000 < 0,05$ and product quality (X_3) significantly influence the purchase decision (Y) with tcount trabel ($2,096 < 1,650758$) sig $0,037 > 0,05$. The most dominant variable is brand image with a beta coefficient value of 0.510.

Keywords: lifestyle, brand image, product quality and purchasing decisions