

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh gaya hidup, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk telkomsel di Kota Padang, dengan menggunakan tabel pengumpulan data yaitu berupa kuesioner dan metode analisis yang digunakan analisis regresi linear berganda dengan sampel sebanyak 100 konsumen.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Harga secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (4) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (5) Gaya Hidup, Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari keempat variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah gaya hidup. Dan kontribusi atau sumbangan variabel gaya hidup, harga, promosi dan kualitas produk (Adjust R Square) terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,685 atau 68,5%. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$).

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

ABSTRACT

This study aims to analyze how much influence lifestyle, price, promotion and product quality have on purchasing decisions for Telkomsel products in the city of Padang, using a data collection table in the form of a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression analysis with a sample of 100 consumers.

The results of this study conclude that: (1) Lifestyle has a positive and significant positive and significant effect on Purchase Decisions (2) Price partially has a negative and insignificant effect on Purchase Decisions (3) Promotion partially has a positive and significant effect on Purchase Decisions (4) Product quality partially has a positive and significant effect on Purchase Decisions (5) Lifestyle, Price, Promotion and Product Quality together have a positive and significant effect on Purchase Decisions. Of the four independent variables the most dominant influence on purchasing decisions is lifestyle. And the contribution or contribution of lifestyle variables, prices, promotions and product quality (Adjust R Square) to purchasing decisions is 0.685 or 68.5%. With a significant level ($0.000 < 0.05$).

Keyword : Lifestyle, Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision