

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Gaya Hidup Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rabbani Kota Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner, dengan Sampel 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan model *stratified random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama kepada setiap anggota yang terambil menjadi sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian ini yaitu pada struktur I : Gaya Hidup, Desain mempunyai pengaruh signifikan terhadap Promosi. Pada struktur II : Gaya Hidup, Desain Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Promosi sebagai variabel intervening. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Promosi, dari hasil pengujian yang dilakukan Promosi memediasi hubungan antara Gaya Hidup, Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian yang artinya Gaya Hidup dan Desain Produk dapat meningkatkan Keputusan Pembelian dengan melalui variabel Promosi.

**Kata Kunci : Gaya Hidup, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Promosi**

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine how much influence lifestyle and product design have on purchasing decisions with promotion as an intervening variable at the Rabbani shop in the city of Padang. Method of collection data through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 100 respondents. Sampling in this study used a probability sampling technique with a stratified random sampling model, namely a sampling technique that gave equal opportunities to each member who was taken as sample. The analytical method used path analysis.*

*The result of this study are in structure I :lifestyle, product design, have a significant influence on promotion. In structure II : lifestyle, product design has a significant influence on purchasing decisions through promotion as an intervening variable in this study is promotion, from the resukt of testing carried out promotion mediates the relationship between lifestyle, product design and purchasung decision through promotion variables.*

***Keywords : Lifestyle, Product design, Purchasing decisions, promotions***