

ABSTRAK

Muhamad Dwi Setiawan, Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Produk Merek Bata Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, selama enam bulan terhitung sejak Februari 2016 sampai dengan Juli 2016. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Produk Merek Bata Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan korelasional, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi di universitas negeri Jakarta. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi pendidikan tata niaga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive Sampling* sebanyak 120 orang. Persamaan regresi tunggal yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 54.833 + 0.412(X_1)$ dan $\hat{Y} = 49.451 + 0.459(X_2)$. Uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 23 uji kolmogorov-Smirnov, ketiga variabel yaitu keputusan pembelian (Y), gaya hidup (X1), kualitas produk (X2) memiliki nilai signifikansi melebihi 0,05. Maka dapat disimpulkan data ketiga variabel tersebut berdistribusi normal. Uji Linearitas dengan program SPSS yaitu dengan *Compare Means*. Hasil dari Uji Linearitas yang dilakukan pada X₁ terhadap Y dan X₂ terhadap Y memiliki nilai uji linearitas sebesar 0,000. Karena nilai ini lebih kecil dari 0,005. Maka variabel X₁ dan X₂ dinyatakan terdapat hubungan linearitas dengan variabel Y. Hasil dari uji t gaya hidup dengan keputusan pembelian menghasilkan $t_{hitung} (8.600) > t_{tabel} (1,980)$ dan kualitas produk dengan keputusan pembelian menghasilkan $t_{hitung} (10.469) > t_{tabel} (1,980)$, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikansi antara gaya hidup dengan keputusan pembelian serta kualitas produk dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 28,5% yang menunjukkan bahwa 21,2% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh gaya hidup dan kualitas produk.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhamad Dwi Setiawan, Correlation Between Lifestyle and Quality of Products With Brand Product Purchasing Decisions Bata At Faculty of Economics at the State University of Jakarta.

This research was conducted at the State University of Jakarta, for six months, starting from February 2016 to July 2016. The purpose of this study is to determine the correlation Between Lifestyle and Quality of Products With Brand Product Purchasing Decisions Bata At Faculty of Economics at the State University of Jakarta. The method used is survey method with the correlational approach, the population in this study were all students of economics faculty at public universities jakarta. Affordable Population in this research is student of business administration education. The sampling technique used was by purposive sampling, assumed 120 people. The single regression equation is $\hat{Y} = 54.833 + 0.412(X_1)$ dan $\hat{Y} = 49.451 + 0.459(X_2)$. normality assumption test conclude by using spss v23 with kolmogorov-Smirnov method, the result were all three variable, Purchasing Decisions, Lifestyle and Product Quality are greater 0,005. so all the data is normaly distributed. Linearity Regression Test with spss v23 using compare means method showing result 0,00 that is smaller than 0,05 so it conclude that the regression is linear. T test between X1to Y produces $t_{hitung} (8.600) > t_{tabel} (1,980)$ and X2 to Y $t_{hitung} (10.4690) > t_{tabel} (1,980)$ thus, it can conclude that corelation between X1to Y and X2 to Y is positive and significant. The coefficient of determination obtained at 28,5%, which shows that 21,2% variable Purchasing Decisions is determined by Lifestyle and Product Quality.

Keywords: Lifestyle, Product Quality, Purchasing Decisions