

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI H&M HARTONO
MALL YOGYAKARTA
(Studi pada Konsumen yang Telah Melakukan Pembelian Produk di H&M
Hartono Mall Yogyakarta)**

Kumala Yachintya

NIM: 141160231

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

kumalayachintya233@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis secara bersama-sama maupun parsial pengaruh Kualitas produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sebagian konsumen yang pernah membeli produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta. Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di H&M Hartono Mall Yogyakarta

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian