

## ABSTRAKSI

Guntur Afriman, nomor mahasiswa 152070008, program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (studi pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang memakai Handphone BlackBerry), 2012. Dosen pembimbing Sigit Haryono dan Rosalia Dwi Fadma Tjayanti.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah adakah pengaruh yang signifikan dari kepribadian dan gaya hidup secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari kepribadian dan gaya hidup secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Adapun ukuran populasi dalam penelitian ini adalah 115 orang yang didapat melalui survei pendahuluan. Sampel yang digunakan diambil dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebanyak 54 orang. Teknik samplingnya adalah Teknik sampling yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Pada analisis statistik inferensial digunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan F-test untuk pengujian secara simultan dan t-test untuk pengujian secara parsial.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kepribadian dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian, dilihat dari F-hitung (26,582) > F-tabel (3,1788). Ada pengaruh yang signifikan dari kepribadian secara parsial terhadap keputusan pembelian, dilihat dari nilai t-hitung (4,114) > t-tabel (2,007). Pada penelitian ini variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian dari pada variabel kepribadian, dilihat dari nilai Koefisien regresi gaya hidup (0,440) lebih besar dari nilai Koefisien regresi kepribadian (0,259).

Berdasarkan permasalahan yang ada serta pembahasan yang dilakukan, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi pemasar dalam penetapan strategi pemasaran. Pemasar sebelum memasarkan produknya perlu mengidentifikasi karakteristik kepribadian dan gaya hidup konsumen agar memudahkan dalam menentukan pasar sasaran dengan pertama-tama mengidentifikasi segmen kepribadian dan gaya hidup yang berbeda