

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PRICE PERCEPTION* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA

(Survei Pada Mahasiswa Yogyakarta)

DIVA REA ARZETTI

NIM. 141210021

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

divarea6@gmail.com

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Price Perception*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela pada mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian survei dengan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *google form*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Yogyakarta yang pernah membeli Sepatu Ventela. Data yang digunakan yaitu data primer yang mana diperoleh sebanyak 97 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Dari penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut : 1) *Brand Awareness*, *Price Perception* dan *Lifestyle* secara bersama-sama berpengaruh signifikan

terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela, 2)*Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela pada mahasiswa Yogyakarta, 3)*Price Perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela pada mahasiswa Yogyakarta, 4) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela pada mahasiswa Yogyakarta.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, *Brand Awareness*, *Price Perception*, *Lifestyle*