

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Fortuner. Data dikumpulkan melalui 140 responden yang merupakan Konsumen dari PT. ASTRA INTERNAL TBK Auto 2000 Delivery Center. Teknik pengumpulan data berbentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran Ordinal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian analisis kausal. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk Structural Equation Modeling (SEM). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup dan variabel Citra Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sementara variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Fortuner.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Lifestyle, Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of the Toyota All New Fortuner. Data collected through 140 respondents who are consumers of PT. ASTRA INTERNAL TBK Auto 2000 Delivery Center. Questionnaire data collection techniques using the Ordinal measurement scale. The method used in this study is a causal analysis research method. The data analysis used is statistical analysis in the form of Structural Equation Modeling (SEM). In this study shows that Lifestyle variables and Brand Image variables do not significantly influence the Purchasing Decision. While the product quality variable has a significant effect on the Toyota All New Fortuner Purchase Decision.

Keywords: *Lifestyle, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision*

