

ABSTRACT

This research aims to know the influence of life style, price and perception consumer on buying decision. This research was done 100 respondents by questioner that had been spread in Mercu Buana University student who ever bought in lazad. The technic of sample collecting in this research in convenience sampling. Examining data validity, reliability ans hypothesis using application SPSS 21.

The result of this research in partial shows that Life style and perception consumer effects significantly on buying decision. The other result in partial shows price doesn't effect significantly on buying decision. In simultaneous Life style, price and perception consumer effects positive on buying decision in Lazada.

Keywords: *life style, price, perception consumer, buying decision*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan kuesioner yang di sebar ke Mahasiswa Universitas Mercu Buana yang pernah melakukan pembelian di Lazada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah convenience sampling. Untuk menguji validitas, realibilitas dan pengujian hipotesis menggunakan aplikasi SPSS 21.

Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan Gaya Hidup, Harga, dan persepsi Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Lazada.

Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian