

ABSTRAK

Wanita tidak luput dari perkembangan mode dan tren yang terjadi disekitarnya. Terutama mode *fashion*, para produsen berlomba-lomba menciptakan produk yang dapat menarik minat wanita terutama wanita karir. Hal ini dikarenakan wanita karir memiliki kemampuan lebih untuk membeli barang yang dapat meningkatkan citra dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tas *branded* tiruan pada wanita karir di Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah para wanita karir yang senang menggunakan tas *branded*. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Untuk menjawab perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini, maka analisis yang dipergunakan adalah *IBMSPSS Ver. 21.0*. Berdasarkan hasil analisis *IBMSPSS Ver. 21.0* dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Wanita Karir, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Women aren't spared from the development of fashion and trends that occur around them. Especially the fashion trends, the producers create products that can attract career women. This is because career women have more ability to buy goods that can improve her class. This research aims to determine the influence of brand image and lifestyle on purchasing decisions imitation branded bags on the career woman in Jakarta. The population in this research is the career woman who likes to use a branded bag. Samples used were as many as 100 people. The sampling technique using is purposive sampling. To answer the problem formulation, purpose and hypothesis of this study, the analysis employed is IBMSPSS Ver. 21.0. Based on the analysis IBMSPSS Ver. 21.0 can be concluded that brand image have positive and significant impact on purchasing decisions. Then lifestyle has positive and significant impact on purchasing decisions.

Keyword: Career Woman, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decisions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA