UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, GAYA HIDUP, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM REFIIL/ISI ULANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

OLEH : SEPTIANA YULI

NIM : 11471202322

Tujuan penelian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian parfum refill/isi ulang pada mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial universitas islam negeri sultan syarif kasim riau. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik Sampling Insidental. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga, gaya hidup dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian parfum refill/isi ulang pada mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial universitas islam negeri sultan syarif kasim riau. Selanjutnya berdasarkan uji simultan (uji f) variabel harga, gaya hidup dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian parfum refill/isi ulang pada mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial universitas islam negeri sultan syarif kasim riau. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga, gaya hidup dan kualitas produk memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian sebesar 64% sedangkan sisanya sebsar 36% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian