

ABSTRAK

PENGARUH CITRA DIRI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* MSGLOW PADA WANITA DI YOGYAKARTA

Cornelia Yuni Setiani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara simultan citra diri dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, 2) Pengaruh secara parsial citra diri terhadap keputusan pembelian, 3) Pengaruh secara parsial gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau yang pernah membeli produk *skin care* MsGlow di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini uji asumsi klasik dan analisis linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Citra diri dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, 2) Citra diri berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, 3) Gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra diri, Gaya hidup dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SELF IMAGE AND LIFE STYLE OF PURCHASE DECISION SKIN CARE MS GLOW ON LADIES AT YOGYAKARTA

Cornelia Yuni Setiani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

This Study aims to determine: 1) the simultaneous influence of self image and life style towards purchase decisions, 2) the partial influence of self image towards purchase decisions, 3) the partial influence of life style towards purchase decisions. The population in this study are consumers who use or have purchased MS Glow at Yogyakarta. The sampling technique used is purposive sampling, data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis techniques used in this research are classic assumption test and multiple linear regression analysis using the application program SPSS Statistic 24. The result of this study indicates that: 1) Self image and life style simultaneously influenced purchase decisions, 2) self image influenced purchase decisions 3) life style influenced purchase decisions.

Keyword: self image, life style and purchase decisions.