

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, Promosi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT ABC President Indonesia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” ini ditulis oleh M. Zufraiko Ihdal Umam F., NIM.12405193198, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dibimbing oleh Galih Pradananta, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan ekonomi dan teknologi yang serba modern ini membawa banyak perusahaan di Indonesia berlomba-lomba memberikan yang terbaik untuk konsumennya, baik dari fungsi dan peran pemasaran dalam memasuki era globalisasi, termasuk salah satunya adalah PT ABC President Indonesia.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah (1) Apakah *brand image* PT ABC PI berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung (2) Apakah *brand awareness* PT ABC PI berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung (3) Apakah promosi PT ABC PI berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung (4) Apakah gaya hidup akan mempengaruhi keputusan pembelian produk PT ABC PI pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen PT ABC President Indonesia pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung.

Sampel penelitian ini terdiri dari 99 responden mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung. Pendekatan yang diterapkan adalah kuantitatif berjenis asosiatif, dimana metode penentuan sampel-nya adalah *Non-Probability Sampling* berjenis *Accedental Sampling* dengan memakai data yang ditetapkan penelitian ini diantaranya adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Secara parsial, Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan. *Brand Image*, *Brand Awareness*, Promosi, dan Gaya Hidup secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli produk dari PT ABC President Indonesia. Variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari pengaruh *brand image*, *brand awareness*, promosi, dan gaya hidup sebesar 50,72%.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Awareness*, Promosi, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Brand Image, Brand Awareness, Promotion, and Lifestyle on the Purchasing Decision of PT ABC President Indonesia's Consumers among Students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung" was written by M. Zufraiko Ihdal Umam F., Student ID: 12405193198, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, under the guidance of Galih Pradananta, M.Si.

This research is motivated by the development of the modern economy and technology, which has led many companies in Indonesia to compete to provide the best for their consumers, both in terms of marketing functions and roles in entering the era of globalization, including PT ABC President Indonesia.

The research questions of this study are: (1) Does the brand image of PT ABC PI influence the purchasing decision of students from FEBI UIN SATU Tulungagung? (2) Does the brand awareness of PT ABC PI influence the purchasing decision of students from FEBI UIN SATU Tulungagung? (3) Does the promotion of PT ABC PI influence the purchasing decision of students from FEBI UIN SATU Tulungagung? (4) Does lifestyle influence the purchasing decision of PT ABC PI products among students from FEBI UIN SATU Tulungagung? This study aims to examine the influence of Brand Image, Brand Awareness, Promotion, and Lifestyle on the purchasing decision of PT ABC President Indonesia's consumers among students from FEBI UIN SATU Tulungagung.

The research sample consists of 99 respondents who are students from FEBI UIN SATU Tulungagung. The approach applied is quantitative associative, where the sample determination method is Non-Probability Sampling, specifically Accidental Sampling, using the predetermined data of this research, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, t-tests, F-tests, and coefficient of determination tests.

Based on the research results, it can be concluded that Brand Image, Brand Awareness, and Lifestyle have a positive and significant influence on the purchasing decision partially. Partially, Promotion has a negative and insignificant influence. Brand Image, Brand Awareness, Promotion, and Lifestyle together can influence the purchasing decision to buy products from PT ABC President Indonesia. The Purchasing Decision variable can be explained by the independent variables consisting of the influence of brand image, brand awareness, promotion, and lifestyle, which accounts for 50.72%.

Keywords: *Brand Image, Brand Awareness, Promotion, Lifestyle, and Purchase Decision.*