

## ABSTRAK

### ***Lu'yan Aziz Rahayu: Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Fakultas Ilmu Sosisal Dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Objek penelitian adalah Mahasiswa Manejemen Angkatan 2016. Teknik pengambilan adalah Sampling jenuh yakni Populasi menjadi Sempel. Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 Mahasiswa. Pengujian menggunakan Analisi Regresi Linier Bergana, dan Koefisien Determinasi Simultan.

Tujuan melakukan penelitian ini yaitu agar mengetahui pengaruh dari gaya hidup terhadap kualitas keputusan pembelian, pengaruh dari persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian dan juga agar mengetahui pengaruh antara gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk Eiger pada mahasiswa manajemen angkatan 2016 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif verifikatif. Dengan pengambilan data berdasarkan data primer dan data sekunder, dengan jumlah sampel yang diambil untuk melakukan penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengujian pada penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji t (uji parsial), dan uji F (uji simultan) dengan bantuan program SPSS.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan pengujian yang menghasilkan signifikansi sebesar 0,000, Persepsi Kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 67% hal ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas berpengaruh sebesar 67% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 33% di pengaruhi variabel lain .

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian**