

ABSTRAK

Neha Khoirun Nisa, 2020310091, Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Kudus (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Konsumen Mie Gacoan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Kudus. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *field research*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, sedangkan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan untuk melakukan analisis yaitu dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana memperoleh nilai $2,517 > 1,985$. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana memperoleh nilai $3,222 > 1,985$. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $1,800 < 1,985$.

Kata Kunci : *Brand Image*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk

