

## ABSTRAK

**Hidayatun Nikmah (1520310117). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tas Jims Honey (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Kudus) Skripsi. Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah (MBS). IAIN Kudus. 2019.**

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian tas jims honey pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian tas jims honey pada mahasiswi IAIN Kudus, 3) Untuk mengetahui Pengaruh citra merek dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian tas jims honey pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *field research*. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah subyek 95 responden yang merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, dan dalam pengambilan sampelnya menggunakan teknik *Incidental sampling*. Data yang akan diteliti dengan kuantitatif adalah data tentang Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Jims Honey.

Dalam analisis ini peneliti menggunakan jasa program SPSS 18 dengan analisis data (uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat dan uji hipotesis). Hasil uji t pada penelitian ini diketahui bahwa citra merek ( $8,913 > 1,989$ ) dan gaya hidup ( $9,114 > 1,986$ ). Sedangkan uji simultan dari F hitung dan f tabel sebesar ( $85,205 > 3,09$ ). Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh besarnya Adjusted R Square sebesar 0,642. Ini artinya 64,2% perubahan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable citra merek dan gaya hidup. Sisanya 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian**