

ABSTRAK

AMIRUL SOFYAN (2018111020070). Pengaruh *Brand Image*, Harga dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Branded Preloved* di Thriftshop Online Instagram. Dibawah bimbingan IR. AMBARDI, M,SI.

Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh *Brand Image*, Harga dan *Fashion Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif untuk mengetahui hubungan variabel *brand image*, harga dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden dengan purposive sampling, dimana konsumen yang berbelanja aktif pada periode bulan januari –maret sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisioner. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS V 25, dengan menggunakan uji kualitas data, ujii asumsi klasik, uji hipotesis dan uji analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji analisa tersebut dapat diketahui bahwa uji t mendapat nilai sig sebesar $0,004 < 0,5$ dan nilai t hitung $2,995 > t$ tabel $1,991$, dengan artian bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *Brand Image* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) kemudian mendapat nilai sig sebesar $0,042 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,067 > 1,991$, dengan artian bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) , kemudian mendapat nilai sig sebesar $0,042 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,064 > 1991$ dengan artian bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *fashion lifestyle* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk uji f mendapat nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $71,452 > 2,72$ f tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara variabel *brand image*, harga dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan Pembelian.

Kata Kunci :*Brand Image*, Harga, *Fashion Lifestyle* dan Keputusan Pembelian.

