

ABSTRAK

Dirvan Maulana (1205908) “**Pengaruh Norma Subyektif dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian, Survei pada Konsumen Busana Muslim Zoya**”, dibawah bimbingan Dr. Vannessa Gaffar, SE. Ak. MBA dan Mokh. Adib Sultan, S.T., M.T.

Pertumbuhan UKM dan produk tekstil di Indonesia menyebabkan tingginya pertumbuhan pada produk *fashion*, salah satu produk fesyen yang sedang berkembang adalah fesyen busana muslim. Alasan konsumen menggunakan fesyen busana muslim karena mengikuti trend fesyen dan jajak andarilingkungan sekitar, Balubur Town Square di Bandung merupakan tempat bagi para pengusaha fesyen muslim baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar untuk menjual produknya. Zoya merupakan perusahaan yang memproduksi fesyen muslim harus melihat hal tersebut dan membuat strategi agar penjualannya terus meningkat. Strategi yang dapat digunakan adalah dengan melihat alasan konsumen membeli produknya dengan memperhatikan norma subyektif dan gaya hidup pada konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh norma subyektif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sample yang digunakan adalah 100 responden, teknik penarikan sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi *pearson product* dan analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T untuk menguji pengaruh parsial dan menggunakan uji F untuk menguji pengaruh simultan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa norma subyektif dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian, besarnya pengaruh variabel independen adalah 72,4% sedangkan 27,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Norma Subyektif, Gaya Hidup dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

DirvanMaulana (1205908) "*The Influence of Subjective Norm and Lifestyle to Purchase Decision, Survey on Consumer Muslim Fashion Zoya*", under guidance of Dr. VannessaGaffar, SE. Ak. MBA danMokh.Adib Sultan, S.T., M.T.

Growth of SMEs and product tekstil in Indonesia led to the high growth of the fashion product, one product that is growing fashion is fashion Muslim fashion. Reasons consumers use fashion muslim clothing for fashion and trend following an invitation from the surrounding environment, Balubur Town Square in Singapore is a place for Muslim fashion entrepreneurs both small companies and large companies to sell their products. Zoya is a company producing Muslim fashion should look at it and make strategies for increasing sales. Strategies that can be used is to look at the reasons consumers buy products with regard subjective norms and lifestyles of consumers. The purpose of this study is to describe and influence of subjective norms and lifestyles on purchasing decisions. This research uses descriptive and verification methods. Sample used were 100 respondents, terknik withdrawal sampling is purposive sampling. Data analysis technique used is the Pearson correlation coefficient and multiple regression analysis product. Hypothesis testing using T to test the effect of partial and using the F test to test the simultaneous effect. The results of this study stated that the subjective norm and lifestyle influence on purchasing decisions, the influence of variables indenpeden is 72.4%, while 27.6% is influenced by other variables not examined.

Keywords: Subjective Norms, Lifestyle and purchase decision.