

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK VANELA SYARI DI KOTA PADANG

Silfina Desi¹, Mery Trianita², Irda³

1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : Silfinadesi60@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id, irda1987@yahoo.com
[@gmail.com](mailto:)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan konsumen membeli produk vanela syari di Kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk vanela syari di Kota Padang yang berjumlah delapan puluh orang. Teknik pengambilan sampel adalah *Non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari penyebaran kuesioner. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah *partial least square* (PLS). Uji hipotesis dengan menggunakan uji t statistik untuk melihat hasil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk vanela syari di Kota Padang. Selanjutnya gaya hidup berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk vanela syari di Kota Padang.

Kata kunci: Harga, Promosi, Gaya Hidup, Keputusan Konsumen.

THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND LIFESTYLE FOR CONSUMER DECISIONS BUYING VARIELA SYARI PRODUCTS IN PADANG CITY

Silfina Desi¹, Mery Trianita², Irda³

1 Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail : Silfinadesi60@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id, [@gmail.com](mailto:irda1987@yahoo.com)

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price, promotion and lifestyle on consumers' decisions to buy vanilla syari products in the city of Padang. The sample in this study were consumers who had purchased vanilla syrai products in Padang, which numbered eighty people. The sampling technique is non probability sampling with the type of purposive sampling. The type of data in this study is primary data from questionnaires. Data analysis method in this research is partial least square (PLS). Hypothesis testing using statistical t tests to see the results of the influence of independent variables on the dependent variable.

The results showed that the price and promotion had a positive and significant effect on the decision to buy vanela syari products in the city of Padang. Furthermore, lifestyle has a positive and not significant effect on consumers' decisions to buy vanilla syari products in Padang

Keywords: Price, Promotion, Lifestyle, Consumer Decisions.