

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Dandi Gunawijaya

120.2016.032

Pengaruh Kepribadian Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli L-Men Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI Angkatan 2016-2019

xv + 105 halaman + 17 tabel + 4 gambar + 9 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepribadian merek dan gaya hidup terhadap minat beli L-Men. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2016-2019 sebanyak 150 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kepribadian merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) secara simultan kepribadian merek dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli L-Men. Tinjauan Islam menjelaskan bahwa dalam membentuk kepribadian merek, dan menentukan gaya hidup harus sesuai dengan syariat ajaran agama Islam, dengan kepribadian merek yang sesuai dengan sifat wajib rasul, menentukan gaya hidup yang sesuai kebutuhan dan masalah tanpa menzalimi sesama manusia dan tidak terpaksa melainkan atas dasar suka sama suka. Minat beli merupakan ketertarikan konsumen sebelum terjadinya taqabbudh dalam suatu transaksi jual beli.

Kata kunci: Kepribadian Merek, Gaya hidup, Minat Beli