

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen

2020

Listin Doratika  
120.2016.217

**Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Serta Dampaknya dari Minat Beli Produk Iphone Apple Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI Program Studi Manajemen 2016)**

149 halaman + xix halaman + 28 tabel + 11 gambar dan 8 lampiran

### Uraian Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra merek, gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli, serta mengetahui apakah citra merek dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli dalam pandangan Islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk iphone apple, berjumlah 100 orang, sedangkan pengambilan sampel teknik menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan (*path analysis*) dan uji sobel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil tersebut menunjukkan citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, pengaruh citra merek memiliki hasil positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta gaya hidup terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Minat beli dapat memediasi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian tersebut, serta minat beli memediasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Tinjauan Islam menjelaskan bahwa dalam menentukan citra merek dan gaya terhadap keputusan pembelian dan minat beli harus sesuai syari'at Islam yaitu suci, *halalan*, *thayyiban*, dan tidak merugikan. Minat beli merupakan wujud dari rasa syukur, jika didasari aturan syari'at Islam, penuh keikhlasan dengan memberikan pelayanan terbaik dan rasa syukur kepada Allah SWT.

**Kata kunci :** citra merek, gaya hidup, minat beli, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*Faculty of Economics and Bussines  
S-1 Study Progam Management*

2020

**Listin Doratika  
120.2016.217**

***The Influence of Brand Image, Lifestyle on Consumer Purchase Decisions and Apparently from the interest in buying Apple iPhone Products and the view from an Islamic point of view (Case Study on Studensts of the Faculty of Economics and Business, YARSI University Management Study Program 2016)***

149 pages + xix pages + 28 tables + 11 pictures and 8 attachments

### **Pieces of Abstract**

The purpose of this research is to find out how brand image, lifestyle influence purchasing decisions through purchase intention, and to find out whether brand image and lifestyle influence purchasing decisions through purchase intention in Islamic view. The type of research used in this research is associative research, the sample in this study is the consumer of iPhone apple products, amounting to 100 people, while the sampling technique uses themethod, *Non Probability Sampling* namely *Purposive Sampling*. The data analysis technique used (*path analysis*) and single test.

The results showed that these results indicate that brand image and lifestyle have a positive and significant influence on purchase intention, the effect of brand image has a positive and significant result on purchasing decisions, and lifestyle on purchasing decisions has a positive and significant effect. Purchase intention can mediate the influence of brand image on the purchase decision, and purchase intention can mediate the influence of lifestyle on purchasing decisions. The Islamic review explains that in determining the brand image and style of purchase decisions and purchase intentions, it must be in accordance with Islamicnamely holy, *lawhalalan, thayyiban,,* and not harmful. Purchase interest is a form of gratitude, if it is based on Islamic shari'ah rules, full sincerity by providing the best service and gratitude to Allah SWT.

***Keywords*** : *brand image, lifestyle, purchase intention, purchase decision*