ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek *(Brand Image)* dan Gaya Hidup *(Life style)* terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toyota Kijang Innova pada PT. Auto 2000 Cabang Padang

Oleh: Bayu Nusantara

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang Innova pada PT. Auto 2000 di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Padang yang yang pernah melakukan pembelian Toyota Kijang Innova pada PT. Auto 2000. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* yaitu *accidental sampling.* Hasil temuan dari penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh langsung sebesar 0,250 atau 2,5%, (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan melalui gaya hidup terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh langsung sebesar 0,581 atau 5,81% dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,523 atau 5,23% . Oleh karena itu, citra merek dan gaya hidup konsumen juga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen dan juga memberikan pengaruh yang signifikan.