

**ANALISIS GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI
KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas




Diajukan Oleh:

M. Fathul Umami Rahman
BP. 1211322001

Dosen Pembimbing:

Faisal Ali Ahmad, SP., MSi
NIP. 197905132006041014

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI KAMPUS II
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH
AGUSTUS 2017**

	No. Alumni Universitas	M. Fathul Umami Rahman	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl lahir: Medan/07 Desember 1992 b) Nama Orang Tua: Faizal Hamdi c) Fakultas: Ekonomi kampus II Payakumbuh d) Jurusan: Manajemen e) No. Bp: 1211322001 f) Tanggal Lulus: 15 Agustus 2017 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 2,81 i) Lama Studi: 5 tahun h) Alamat Orang Tua: Jl. Gurilla Gg. Delima No. 5b Kota Medan		

Analisis Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota payakumbuh

*Skripsi oleh M. Fathul Umami Rahman
Pembimbing: Faisal Ali Ahmad, SP., Msi*

ABSTRAK

Saat sekarang ini banyak sekali produk-produk *outdoor* bagi pecinta alam yang juga digemari oleh masyarakat umum, mulai dari tas, sepatu, sandal, jam tangan, dan lain-lain. Produk *outdoor* sekarang ini tidak dapat dipisahkan dari konsumen remaja maupun dewasa karena mereka selalu ingin tampil modis di setiap penampilannya, dan juga produk *outdoor* ini telah menjadi *fashion* bagi remaja-remaja sekarang ini, yang membuat kebutuhan remaja akan produk *outdoor* terus meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Eiger di kota Payakumbuh. Sampel penelitian ini adalah 95 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Data penelitian menggunakan *SPSS (Statistical for Social Science) Version 20 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan dari kedua variabel yaitu Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Payakumbuh dengan nilai R^2 (0,677).

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 15 Agustus 2017.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
NamaTerang	Faisal Ali Ahmad, SP., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Erizal N, SE., MM

Mengetahui

Koordinator
Kampus II Payakumbuh

Lukman, SE., MSi
NIP. 196411231993031003

TandaTangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	TandaTangan:
Nomor Alumni Universitas	Nama:	TandaTangan:

