

**PENGARUH *PRICE PERCEPTION* DAN *HEDONIC LIFESTYLE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* *BUTTONSCARVES*  
*IMITATION HIJAB* DENGAN VARIABEL *ATTITUDE*  
SEBAGAI MEDIASI DI KOTA PADANG**

**THESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen  
Pada Program Studi Magister manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**Welda Mayori**

**2220522057**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Suziana, SE., MM**

**Dr. Maruf, SE., M.bus, M.Phil**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

## **Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Sikap di Kota Padang**

**Welda Mayori<sup>1\*)</sup>, Suziana<sup>2)</sup>, Maruf<sup>3)</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Email: weldamayori2608@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, gaya hidup hedonisme terhadap minat beli serta sikap pada *hijab buttonscarves* imitasi. Pengambilan sampel memakai metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 155 responden yaitu masyarakat di Kota Padang yang mengetahui informasi *hijab buttonscarves* imitasi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data memakai SEM melalui software PLS. Hasil analisis data membuktikan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, gaya hidup hedonisme tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, persepsi harga dan gaya hidup hedonism memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap, sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, serta persepsi harga dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui sikap.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup Hedonisme, Minat Beli; Persepsi Harga; Sikap.



*The Influence of Price Perception and Hedonic Lifestyle on Purchase Intention with Attitude Mediation in Padang City*

**Welda Mayori<sup>1\*)</sup>, Suziana<sup>2)</sup>, Maruf<sup>3)</sup>**

Faculty of Economics & Business, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Email: weldamayori2608@gmail.com

**ABSTRACT**

*This observation aims to examine the influence of price perception, hedonism lifestyle toward purchase intention, and attitude on imitation scarves from Buttons scarves brand. Researcher uses purposive sampling method. The samples are 155 respondents who live Padang City and know informations about imitation Buttons scarves scarf. Data were collected using questionnaires. Data analysis techniques using SEM through PLS software. The results of data analysis prove that price perception has a positive and significant effect on purchase intention, hedonism lifestyle has no effect on purchase intention, price perception and hedonism lifestyle have a positive and significant effect on attitude, attitude has a positive and significant effect on purchase intention, and price perception and hedonism lifestyle have a positive and significant effect on purchase intention through attitude.*

**Keywords:** Attitude; Hedonic Lifestyle; Harga Perception; Purchase Intention.

