

Eko Teguh Purnomo, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) di PT. Bumi Lingga Pertiwi, November, 2016.

### ABSTRAKSI

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian perumahan gresik kota baru (GKB) di PT. Bumi Lingga Pertiwi. Sampel menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *purposiv sampling* yang jumlah sampel adalah 100 responden yang membeli perumahan Gresik Kota Baru pada PT. Bumi Lingga Pertiwi. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan gresik kota baru (GKB) di PT. Bumi Lingga Pertiwi, sedangkan gaya hidup tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan gresik kota baru (GKB) di PT. Bumi Lingga Pertiwi. Secara simultan kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan gresik kota baru (GKB) di PT. Bumi Lingga Pertiwi.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Dan Harga.

*Eko Teguh Purnomo, Effect of Product Quality, Brand, Lifestyle and price Buying Decision Against New Town Housing Gresik (GKB) in PT. Bumi Lingga Pertiwi, November, 2016.*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine product quality, brand image, lifestyle and housing prices on the purchasing decision Gresik new town (GKB) in PT. Bumi Lingga Pertiwi. Samples using non probability sampling approach purposive sampling sample size is 100 respondents who buy housing Gresik Kota Baru on PT. Bumi Lingga Pertiwi. Data were analyzed using multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis proved that the product quality, brand image, and prices proved to have a significant influence on purchasing decisions partially housing Gresik new town (GKB) in PT. Bumi Lingga Pertiwi, while lifestyle no significant influence on the purchase decision housing Gresik new town (GKB) in PT. Bumi Lingga Pertiwi. Simultaneously the product quality, brand image, lifestyle and price also proved to significantly influence the purchase decision housing Gresik new town (GKB) in PT. Bumi Lingga Pertiwi.*

*Keywords: Quality Product, Brand, Lifestyle And Prices.*