

## ABSTRAK

### **Pengaruh Desain Produk, *Brand Image*, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk (Studi Kasus Pada Pelanggan Ud.Marpaung Desa Kebun Sayur)**

**Agnes Patricia Sitorus**

**Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi**

[agnespatriciasitorus02@gmail.com](mailto:agnespatriciasitorus02@gmail.com)

Dosen Pembimbing 1

Daniel Collyn,SE,M.M

Dosen Pembimbing 2

Dr.Drs. Lukieto Cahyadi,M.M,CMA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Desain Produk, *Brand Image* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk teh pucuk pada pelanggan Ud. Marpaung Desa Kebun Sayur. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang bertempat tinggal di empat lingkungan sekitar UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban yang mengkonsumsi Teh pucuk berjumlah 877 Orang. Sampel yang diambil sebanyak 89 orang yang di hitung menggunakan rumus slovin, pemilihan sampel penelitian ini ditentukan secara Purposive Sampling. Metode analisis regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan Uji signifikansi parsial (Uji t) dan Uji signifikansi simultan (Uji F). Data hasil penelitian dianalisis atau diolah dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 25. Hasil dari uji signifikansi parsial (Uji t) hipotesis 1 ditolak, hipotesis 2 dan 3 diterima, Hasil dari Uji signifikansi simulatan (Uji f) hipotesis 4 diterima. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk teh pucuk, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk teh pucuk, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pemebelian produk teh pucuk, dan desain produk, *brand image*, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk teh pucuk.

**Kata Kunci : *Desain Produk, Brand Image, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACT**

***The Influence Of Product Design, Brand Image And Life Style On Purchase  
Decisions For Teh Pucuk Products  
(Case Study On UD. Marpaung Kebun Sayur Village)***

**Agnes Patricia Sitorus**

***S1 Management Study Program STIE Bina Karya Tebing Tinggi***

**[agnespatriciasitorus02@gmail.com](mailto:agnespatriciasitorus02@gmail.com)**

*Supervisor 1*

**Daniel Collyn, S.E, M.M**

*Supervisor 2*

**Dr.Drs. Lukieto Cahyadi, M.M, CMA**

*This study aims to find out how the influence of product design, brand image and life style on purchasing decisions for Teh Pucuk products in the UD. Marpaung Kebun Sayur village. The type of research is quantitative research. The population in this study are costumers of UD. Marpaung in the Kebun Sayur village, Sei Bamban subdistrict there are 877 people who consume Teh Pucuk. The samples taken was 89 people which was calculated using the Slovin formula, the sample selection for this research was determined by Puposive Sampling. The regression analysis method used os multiple linear regression and to test the hypothesis the partial significance test (T test) and simultaneous significance test (F test) are Used. The research data were analyzed or processed using the help of the IBM SPSS version 25 program. Teh results of the partial significance test (T tast) hpothesis 1 is rejected, hypotheses 2 and 3 are accepted, The results of the simultaneouse significance test (F tast) hypothesis 4 are accepted. From the results of the study it can be concluded that product design has no influence on purchasing decisions for Teh Pucuk products, brand image influences the decision to purchase Teh Pucuk products, lifestyle influences the decision to purchase Teh Pucuk products, and product design, brand image, and lifestyle simultaneously influence the the purchasing decision of Teh Pucuk products.*

**Keywords : Product Design, Brand Image, Life Style and Purchase Decisions**