

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (studi kasus di komunitas motor Kawasaki di Kota Ternate). Jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Populasi penelitian adalah 139 responden dari tiga komunitas Kawasaki Kota Ternate yaitu KNTC, T2AC, dan SMI Ternate chapter. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 103 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari kuesioner yang disebarlang langsung di objek penelitian, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, asumsi klasik dengan bantuan program SPSS 16.0

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) *Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 3) *Lifestyle* dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : *Lifestyle*, *word of mouth*, dan keputusan pembelian.

### **THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY IN KAWASAKI MOTOR ASSOCIATION IN TERNATE)**

**By:**

**FACHRI ABD RAJAK**

**NPM.02041511041**

## **ABSTRACT**

This research aims to recognize the influence of lifestyle and word of mouth on purchasing decisions (Case Study in Kawasaki Motor Association in Ternate). The kind of this research used quantitative research. The study population is 139 respondents from three Ternate Kawasaki Association such as KNTC, T2AC, and Smi Ternate Chapter. The number of samples are 103 respondents, by using snowball sampling techniques. The data of the research is the primer data that obtained from questionnaire that share directly to the research's object, while the data analysis used multiple linear regression analysis, a classic assumption is found through SPSS 16,0 program.

The result of the research indicates that: 1) The lifestyle do not influence to purchase decision. 2) Word of Mouth influences positively on purchase decision. 3) Lifestyle and word of mouth are simultaneously effect positively to purchase decision.

**Key word:** Lifestyle, word of mouth, and purchase decision