

## Abstrak

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Membeli Produk Honda CBR150R Club Motor (BOSEFIC)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Membeli. Populasi ini adalah sebesar 70 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuisioner kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Versi 20. Tehnik pengujian data menggunakan Uji instrument data yang meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Normalitas Data. Untuk menguji dan membuktikan Hipotesis penelitian menggunakan metode; Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, dilakukan pengujian hipotesis yang simultan Uji t, Uji F dan Koefisian Determinasi. Hasil dari penelitian ini bahwasanya, Variabel Citra Merek (X1) dan Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap Keputusan Membeli (Y) Produk Honda CBR150R pada Club Motor (BOSEFIC) Bondowoso.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Membeli.



## ***Abstract***

*This study entitled "The Effect of Brand Image and Lifestyle on Decisions on Buying Honda CBR150R Motorbike Products (BOSEFIC)". This research is related to studying Brand Image and Lifestyle towards Buying Decisions. This population is 70 respondents. Data collection is done by collecting questionnaires to respondents. Data analysis in this study uses the SPSS Version 20 application. Data testing techniques use Test data instruments that complement the Validity Test, Reliability Test, and Normality Test Data. To answer and prove the research hypothesis using a method; Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, hypothesis testing is done simultaneously with t test, F test and Koefisian determination. The results of this study that the Brand Image Variables (X1) and Lifestyle (X2) have a positive and significant influence on the Purchase Decision (Y) of the Honda CBR150R Products at the Motor Club (BOSEFIC) Bondowoso.*

*Key words: Brand Image, Lifestyle, Purchasing*

