

## ABSTRAK

Kiki Zakiyah. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. Juni 2023. Pengaruh *Lifestyle*, *Influencer Marketing*, dan *Product Design* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (2) pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (3) pengaruh *product design* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (4) pengaruh *lifestyle*, *influencer marketing*, dan *product design* terhadap keputusan pembelian produk Eiger.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan dilakukan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Non probability sampling* dengan *Teknik purposive* sampling dengan populasi sebanyak 100 responden. Dengan kriteria: (1) pengguna produk Eiger (2) konsumen berusia 17 tahun keatas (3) konsumen yang sudah membeli produk Eiger di *outlet* Eiger Soekarno Hatta Malang. Sedangkan Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat analisis perhitungan menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel *lifestyle*, *influencer* dan *product design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun keatas dan telah melakukan pembelian product Eiger di Outlet Eiger Soekarno Hatta Malang.

**Kata Kunci:** *Lifestyle*, *Influencer Marketing*, *Product Design*, *Keputusan Pembelian*

## SUMMARY

*Kiki Zakiyah. Yudharta Pasuruan University Business Administration Study Program. June 2023. The Influence of Lifestyle, Influencer Marketing, and Product Design on Eiger Product Purchase Decisions (Study on Consumers of Eiger Products at Eiger Adventure Store).*

*The purpose of this study was to analyze: (1) the influence of lifestyle on purchasing decisions for Eiger products (2) the influence of influencer marketing on purchasing decisions for Eiger products (3) the influence of product design on purchasing decisions for Eiger products (4) the influence of lifestyle, influencer marketing, and product design on purchasing decisions of Eiger products.*

*This type of research conducted by this researcher is associative research using a quantitative approach. The sampling technique was carried out using a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique with a population of 100 respondents. With the following criteria: (1) users of Eiger products (2) consumers aged 17 years and over (3) consumers who have purchased Eiger products at Eiger outlets Soekarno Hatta Malang. While the analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS 22 calculation analysis tool.*

*The results of this study indicate that: the lifestyle, influencer and product design variables have a positive and significant effect on the decision to purchase Eiger products for men and women aged 17 years and over and have purchased Eiger products at the Eiger Outlet Soekarno Hatta Malang.*

*Keywords: Lifestyle, Influencer Marketing, Product Design, Purchase Decision*