

ABSTRAK

Masyarakat menyadari pentingnya menjaga kesehatan, dengan mengkonsumsi nutrisi kesehatan salah satunya produk Herbalife. Herbalife mampu mempengaruhi gaya hidup masyarakat, oleh karena itu perusahaan harus mampu membangun *brand image* dan memasarkan produknya dengan metode *social media marketing* sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan *Social Media Marketing* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi penelitian ini yaitu di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus pada Aicy Club, KS Club dan Dena's Club), jumlah responden sebanyak 55 orang yang menggunakan produk Herbalife. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup dan *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel *social media marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji *f* variabel gaya hidup, *brand image* dan *social media marketing* memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 56,6% menunjukkan besarnya pengaruh variabel gaya hidup, *brand image*, *social media marketing* terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 43,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu *Word Of Mouth*.

Kata Kunci : gaya hidup, *brand image*, *social media marketing*, keputusan pembelian

ABSTRACT

People realize the importance of maintaining health, by consuming health nutrition, one of which is Herbalife products. Herbalife is able to influence people's lifestyles, therefore companies must be able to build a brand image and market their products with methods social media marketing so that they can influence consumer purchasing decisions. The purpose of this research is to know the influence of Lifestyle, Brand Image and Social Media Marketing partially on the Purchase Decision. The location of this research is in Pasirian District (Case Study on Aicy Club, KS Club and Dena's Club), the number of respondents is 55 people who use Herbalife products. The sampling method in this research is purposive sampling. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that partially the lifestyle and variables brand image had a significant effect on purchasing decisions. For the variable, it social media marketing does not have a significant effect on the buyer's decision. The results of the f test of lifestyle variables, brand image and social media marketing have a high level of model feasibility for purchasing decisions. The coefficient of determination () of 56.6% shows the magnitude of the influence of lifestyle variables, brand image, social media marketing on purchasing decisions, while the remaining 43.4% purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study, namely Word Of Mouth.

Keywords: lifestyle, brand image, social media marketing, decision purchasing