

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada pembelian produk lipstik Viva). Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai Gaya Hidup, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian konsumen lipstik Viva. Gaya Hidup merupakan suatu unsur yang penting dalam bisnis kosmetik, kemudian Kualitas Produk faktor yang sangat penting dalam menjaga kualitas kosmetik pada bisnis kosmetik, Citra Merek merupakan unsur yang penting dalam menjaga asosiasi yang muncul dalam benak konsumen Ketika mengingat Viva. Keputusan Pembelian merupakan faktor yang dapat menentukan bagaimana sikap konsumen akan suatu barang yang telah dibeli dan dirasakan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 100 responden. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 22

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh secara simultan 87,5% dan sisanya 12,5% dipengaruhi variable lain yang tidak diteliti. Secara parsial pengaruh Gaya Hidup sebesar 21,8% terhadap Keputusan Pembelian, lalu pengaruh Kualitas Produk sebesar 32,3% terhadap Keputusan Pembelian dan pengaruh Citra Merek sebesar 33,4% terhadap Keputusan Pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek memberikan pengaruh paling besar terhadap Keputusan Pembelian

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**