

ABSTRAK

Pengaruh Gaya Hidup Dan *Trend* Terhadap Keputusan Pembelian Brand Sepatu New Balance Yang Dimediasi Oleh Preferensi Konsumen Pada Konsumen Gen Z

Christoper Dewata Bimantoro¹

Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA.²

1. Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
2. Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan tren terhadap keputusan pembelian dengan preferensi konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen sneakers branded di Indonesia. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh gaya hidup dan tren terhadap keputusan pembelian dengan preferensi konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan objek penelitian adalah konsumen sneakers branded di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga menggunakan teknik purposive sampling dengan sampel sebanyak 241 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS Versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, tren berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tren berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh preferensi konsumen, dan tren berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh preferensi konsumen.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Tren, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian, Sneakers Branded