

ABSTRAK

PENGARUH *URBAN LIFESTYLE* TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE* PADA *TRANSPARK BINTARO*

Dita Amelia¹⁾ Mohamad Trio Febriyantoro, S.E., M.M. Ph.D. 2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Urban Lifestyle*, minat beli, dan *Brand Image* pada calon konsumen *Transpark Bintaro*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan objek penelitian yaitu masyarakat yang mengetahui dan memiliki minat beli pada hunian *Transpark Bintaro* serta masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Tangerang Selatan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebanyak 120 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Urban Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, dan *Brand Image*. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, dan *Urban Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli melalui *Brand Image*.

Kata Kunci: *Transpark Bintaro*, *Urban Lifestyle*, *Brand Image* dan Minat Beli.