

## ABSTRAK

**Fery Eko Putra. 2026. Pengaruh Brand Image dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Branded Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Buyung Romadhani dan Nurinaya**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian pakaian bekas *branded* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang pernah melakukan pembelian pakaian bekas *branded*, dengan jumlah responden sebanyak 82 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 6,472 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sedangkan *fashion lifestyle* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai *t* hitung sebesar 2,141 dan nilai signifikansi  $0,035 < 0,05$ . Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *F* hitung sebesar 59,579 yang lebih besar dari nilai *F* tabel 3,08, serta nilai signifikansi  $< 0,001$ . Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,591 menunjukkan bahwa 59,1% sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* dan semakin tinggi *fashion lifestyle*, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk pakaian bekas *branded* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

**Kata Kunci: Brand Image, Fashion Lifestyle, Keputusan Pembelian**