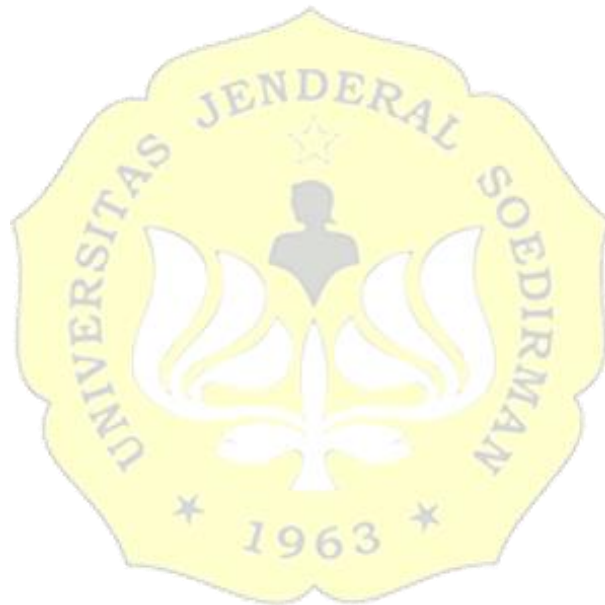


RANGKUMAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis lebih dalam apakah self reward dan gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fast fashion Uniqlo. Sample dalam penelitian ini adalah masyarakat di Indonesia yang pernah membeli produk Uniqlo dan berusia 17-55 tahun dengan jumlah 110 responden. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survei online dan memberikan kuesioner melalui google form. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara self reward dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk fast fashion Uniqlo, dan Jenis kelamin memperkuat pengaruh self reward dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk fast fashion Uniqlo.

Kata Kunci : *Self Reward, Gaya Hidup Konsumtif, Keputusan Pembelian, Jenis Kelamin*



SUMMARY

This study aims to find out and analyze more deeply whether self-reward and consumptive lifestyle have an effect on purchasing decisions for Uniqlo fast fashion products. The sample in this study is people in Indonesia who have bought Uniqlo products and are aged 17-55 years with a total of 110 respondents. The method used is a quantitative descriptive method using online surveys and providing questionnaires via google form. The data analysis method used is multiple regression analysis. The results showed that there was a significant positive effect between self-reward and consumptive lifestyle on Uniqlo fast fashion product purchasing decisions, and gender strengthened the influence of self-reward and consumptive lifestyle on Uniqlo fast fashion product purchasing decisions.

Keyword : *Self Reward, Consumptive Lifestyle, Purchase Decision, Gender*

