

## INTISARI

Kualitas layanan dan gaya hidup merupakan salah satu faktor penting untuk dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian di *Café* Jalan Korea, sehingga pengotimalan kualitas layanan serta perkembangan gaya hidup merupakan hal yang penting untuk diperhatikan demi mempertahankan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan pada persaingan global.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, namun pengaruh paling besar berasal dari kualitas layanan dan gaya hidup, terbukti oleh penelitian ini melalui media kuesioner yang melibatkan 100 orang dari seluruh jumlah pengunjung yang datang ke *Café* Jalan Korea pada periode awal Desember 2016 - awal Januari 2017, didapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,815 artinya bahwa kualitas layanan dan gaya hidup mempengaruhi 81,5% keputusan pembelian di *Café* Jalan Korea.

Model regresi penelitian ini dinyatakan layak berdasarkan hasil uji F, dan didapatkan simpulan bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas layanan dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Korelasi kualitas layanan terhadap keputusan pembelian bernilai 0,317 dan korelasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian bernilai 0,118. Nilai korelasi kualitas layanan terhadap keputusan pembelian adalah yang terbesar, sehingga terlebih dahulu disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dengan optimal, kemudian memenuhi aspek-aspek yang dapat meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci: kualitas Layanan, gaya hidup, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

Service quality and lifestyle is one of the important factors in order to influence the purchasing decision at Café Jalan Korea, therefore, optimizing service quality and developing lifestyle is important to be noticed in order to maintain the sustainability of the business growth in the global competition.

Purchasing decision can be influenced by various factors, the great influence comes from service quality and lifestyle, it has been proven by the research through questionnaires media which involves 100 people of the total numbers of visitors who have ever come to Café Jalan Korea in the early periods of December 2016 – early Januari 2017, it has obtained the coefficient correlation value (R) 0.815 which means that the service quality and lifestyle is 81.5% influence the purchasing decision at Café Jalan Korea.

The regressions model of this research has been stated feasible based on the result of the F test, and it can be concluded that both partially and simultaneously service quality and lifestyle has significant influence to the purchasing decision.

The correlation of service quality to the purchasing decision is 0.317 and the correlation of lifestyle to the purchasing decision is 0.118. The correlation value of lifestyle to the purchasing decision is the largest, so that it is suggested that the company should increase the service quality optimally, then to fulfill some aspects in order to increase the service quality.

Keywords: service quality, lifestyle, purchasing decision.