

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan gaya hidup (lifestyle) terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Hitz. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu berdasarkan kebetulan yang berarti konsumen yang membeli produk Kedai Hitz, dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variable kualitas produk, promosi, harga dan gaya hidup (lifestyle) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial gaya hidup (lifestyle) menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti menunjukkan semakin baik Kedai Hitz alam memperhatikan perkembangan gaya hidup (lifestyle) lingkungan sekitar sesuai dengan permintaan, maka akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada Kedai Hitz.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Gaya Hidup, Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of product quality, promotion, price, and lifestyle on buying decisions. Moreover, the research was quantitative. It was used to examine population and certain samples with data collection technique, in order to test hypotheses that had been given. Furthermore, the population was consumers of Hitz café. Additionally, the data collection technique used accidental sampling, in which the sample was taken accidentally to the consumers who bought at Hitz café. In line with, there were 98 respondents as the sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression. While, according to the research result, it concluded that product, promotion, price, and lifestyle had a positive and significant effect on buying decisions. Meanwhile, based on partial determination coefficient, lifestyle became the dominant factor on buying decisions. In other words, the more the Hitz café focused on surrounding lifestyle which matched with demands, the more buying decisions at Hitz café would be.

Keywords: product quality, promotion, price, lifestyle, buying decision

