

## ABSTRAK

Setiap perusahaan yang bergerak di bidang Food And Beverage (FnB) mengharuskan menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang di inginkan oleh konsumen dengan harga yang pantas. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap Keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian, pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian Rustic Market Surabaya.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kasual. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian terhadap Rustic Market Surabaya, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan teknik sampling incidental. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: Citra Merek memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap Keputusan pembelian Rustic Market Surabaya, Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian Rustic Market Surabaya, Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian Rustic Cafe Surabaya, Gaya Hidup memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian Rustic Market Surabaya.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

Each Food and Beverage company needs to produce and deliver the products and services which the customers want suited with the appropriate price. This research aimed to find out the effect of brand image, product quality, price, and life-style on the consumers' purchasing decisions at Rustic Cafe, Surabaya.

The research was casual-quantitative. Moreover, the population was consumers who had purchased products at Rustic Cafe, Surabaya. The data collection technique used incidental sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data were primary. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to the respondents. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The result indicated that brand image had a negative and insignificant effect on consumers' purchasing decisions at Rustic Cafe, Surabaya. However, product quality had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions at Rustic Cafe, Surabaya. Likewise, price had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions at Rustic Cafe, Surabaya. Similarly, life-style had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions at Rustic Cafe, Surabaya.

**Keywords:** Brand Image, Product Quality, Price, Life-Style, Purchasing Decisions

I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

13/3/24

M. Faizal, S.Pd., M.Pd.

STICIA Language Center

Manis Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia