

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana kedai, gaya hidup, dan promosi online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kedai Kembara Kopi). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen dan variabel independennya adalah suasana kedai, gaya hidup, dan promosi online. Populasi yang digunakan konsumen yang sudah pernah membeli produk di kedai kembara kopi dan sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa suasana kedai tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan gaya hidup dan promosi *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Suasana Kedai, Gaya Hidup, Promosi Online, Keputusan Pembelian Konsumen.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of shop atmosphere, lifestyle, and online promotions on consumer purchasing decisions (study at Kedai Kembara Kopi). The dependent variable in this study is consumer purchasing decisions and the independent variables are shop atmosphere, lifestyle, and online promotions. The population used was consumers who had purchased products at a coffee shop and the sample used was 130 respondents. The sampling method used in this study was purposive sampling. The data analysis method in this study uses Partial Least Square (PLS). This study proves that store atmosphere has no effect on consumer purchasing decisions, while lifestyle and online promotions have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: Store Atmosphere, Lifestyle, Online Promotion, Consumer Purchase Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA