

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, gaya hidup, harga terhadap minat beli ulang pada coffee bean. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan kuantitatif kausal. Metode penarikan sampel menggunakan *Simple Random Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden dan populasi tidak diketahui jumlah pastinya. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata kunci:** citra merek, gaya hidup, harga, minat beli ulang.



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, lifestyle, price on repurchasing interest in coffee beans. The research method used is causal quantitative. The sampling method uses simple random sampling with a total sample of 120 respondents and exact number of population is not known. The data collection method using a questionnaire. The data analysis method using Partial Least Square. This study proves that brand image has no significant effect on repurchase intention. Lifestyle has a positive and significant effect on repurchase intention. Price has a positive and significant effect on repurchase intention.*

**Keywords:** *brand image, lifestyle, price, repurchase intention.*

