

THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION AT EMMA COFFEE MANADO

By:

RHINDY

16042024

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of price on purchase decision Emma Coffee Manado, (2) the effect of brand image on purchase decision Emma Coffee Manado, (3) the effect of lifestyle on purchase decision Emma Coffee Manado, (4) the effect of price, brand image and lifestyle on purchase decision Emma Coffee Manado.

This study uses quantitative research methods. The population in this study were visitors to the Emma Coffee Manado. The sampling technique used is the Probability Sampling technique with random sampling with a total sample of 400 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used multiple regression.

The results showed that: (1) price had a negative effect but significant on purchase decision at Emma Coffee Manado (z hitung $<$ z tabel $(-9,722 < 0,196)$ with a significance level less than 0.05); (2) brand image had a negative effect and not significant on purchase decision at Emma Coffee Manado (z hitung $<$ z tabel $(-1,564 < 0,196)$ with a significance level greater than 0.05); (3) lifestyle had a negative effect and not significant on purchase decision at Emma Coffee Manado (z hitung $<$ z tabel $(-1,267 > 0,196)$ with a significance level greater than 0.05); (4) price, brand image, lifestyle have a joint and significant effect on purchase decision at Emma Coffee Manado. ($0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $>$ f tabel $(2208,690 > 0,2394)$).

This research can prove that the independent variable has an effect on the dependent variable. This research can be developed when someone wants to research the same topic and the same location.

Keywords: Price, Brand Image, Lifestyle and Purchasing Decision

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI EMMA COFFEE MANADO

Oleh:

RHINDY

16042024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado, (2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado, (3) pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado, (4) pengaruh harga, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Emma Coffee Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan random sampling dengan jumlah sample sebanyak 400 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado (z hitung $< z$ tabel $(-9,722 < 0,196)$ dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05); (2) citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado (bahwa z hitung $< z$ tabel $(-1,564 < 0,196)$ dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05); (3) gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado (z hitung $< z$ tabel $(-1,267 > 0,196)$ dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05); (4) harga, citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara bersama dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Emma Coffee Manado ($0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $> f$ tabel $(2208,690 > 0,2394)$)

Penelitian ini dapat membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini sekiranya dapat dikembangkan ketika ada yang hendak meneliti dengan topik yang sama dan lokasi yang sama.

Kata kunci : Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian