

ABSTRAK

PENGARUH KELAS SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *COFFEE SHOP* STARBUCKS DI BANDAR LAMPUNG

OLEH :

Adesta putra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada coffee shop Starbucks di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *coffee shop* Starbucks di Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *conveniences sampling*, Yang dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 108 responden. Model analisis data menggunakan model analisis linier regresi berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa kelas sosial dan gaya hidup secara persial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks di Bandar Lampung.

Kata Kunci : Kelas Sosial, Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL CLASS AND LIFESTYLE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS AT STARBUCKS COFFEE BANDAR LAMPUNG

By :

Adesta Putra

This research aims to determine the influence of social class and lifestyle on purchasing decisions at Starbucks coffee Bandar Lampung. The research used is quantitative research. The selected population in this research were all Starbucks consumers in Bandar Lampung. The sampling method used in this research is nonprobability sampling. The sampling technique uses convenience sampling which has criteria that determine by researcher. Sample from this research using 108 respondents. The data analysis model uses multiple regression linear analysis. The results of the study state that social class and lifestyle are similar partial or simultaneous influences on Starbucks coffee product purchasing decisions in Bandar Lampung.

Keywords: Social Class, Lifestyle, Purchasing Decisions