

**PENGARUH ANALISI GAYA HIDUP DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI PADA CAFÉ XCOFFEE DI  
BANDAR LAMPUNG**

**Fransiska Suhada**

**1712110176**

E-mail : fransiscashu07@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi pada Café XCoffee di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal, penelitian jenis ini digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat. Dimana variabel independent Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Promosi Penjualan ( $X_2$ ) sebagai sebab dan variabel dependent yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ) menjadi akibat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode regresi linier berganda dan pengambilan sample menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti dengan jumlah populasi dan sampel sebanyak 97 responden.

Berdasarkan hasil uji SPSS (*Statistical Package for Social Science*), diperoleh hasil variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) sebesar 0,093, Promosi Penjualan ( $X_2$ ) 0,443 dan Keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,234, untuk keseluruhan variabel lebih besar dari nilai Alpha (0,05) yang berarti data berdistribusi normal. Dari hasil uji  $t_{tabel}$  sebesar 2,048 diperoleh hasil Gaya Hidup  $t_{hitung}$  sebesar 5,036 dan signifikan  $0,025 < 0,050$ . Kemudian Promosi Penjualan sebesar 6,929 dan signifikan  $0,000 < 0,050$ . Dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di XCoffee. Sedangkan uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,516, jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  sebesar 3,150, maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $25,516 > 3,351$ . Maka secara bersama-sama Gaya Hidup dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian XCoffee di Bandar Lampung. Hasil regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) Sebesar 0,628 atau 62,8% bahwa perubahan yang terjadi pada Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Promosi Penjualan ( $X_2$ ) dan sisanya sebesar 37,2% oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Gaya Hidup, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian**