

## ***ABSTRACT***

This study aims to see the effect of Lifestyle, Brand Image and Price on Purchasing Decisions on Redback Specialty Coffe Surabaya. The population in this study were all consumers of Redback Coffe Surabaya. Sampling was done by purposive sampling method with a total sample of 112 respondents. The data collection method uses a questionnaire. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis and hypothesis testing which had previously been tested with classical test instruments and assumptions. The results showed that partially Lifestyle, Brand Image and Price variables simultaneously or positively and significantly affected the Purchasing Decision of Redback Specialty Coffee simultaneously and partially Redback Specialty Coffee management should pay attention to consumers' needs to drink coffee so that the consumer's decision to use Redback Specialty Coffee will increase in the future.

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Redback Speciality Coffe Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Redback Speciality Coffe Surabaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang sebelumnya telah dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Gaya Hidup, Citra Merek dan Harga secara serentak atau bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Redback Specialty Coffee secara simultan dan parsial sebaiknya manajemen Redback Specialty Coffee memperhatikan kebutuhan konsumen untuk minum kopi sehingga keputusan konsumen untuk menggunakan Redback Specialty Coffee akan meningkat di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** Gaya Hidup, Citra Merek dan Harga, keputusan pembelian