

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, *atmosphere café* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Brotherhood Coffee Pati. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk minimal dua kali di Brotherhood Coffee Pati, peneliti mengambil sampel dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t yang selanjutnya diolah menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *Atmosphere Café* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Atmosphere Café*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price perception, cafe atmosphere and lifestyle on purchasing decisions of Brotherhood Coffee Pati. The population in this study were customers who bought the product at least twice at Brotherhood Coffee Pati, researchers took a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling, namely the technique of determining the sample with certain criteria. The data used in this study is primary data, using a questionnaire as a research instrument. The analytical tool used is multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, coefficient of determination ( $R^2$ ) test, and t test which is then processed using SPSS version 22.*

*The results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perceptions have a positive and insignificant effect on purchasing decisions, Café Atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Price Perception, Café Atmosphere, Lifestyle, and Purchase Decision.*