**Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga**

**Terhadap Keputusan Pembelian Di *Carvas***

***Coffee House* Medan Johor**

**Hastia Ningrum**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *Carvas Coffee* *House* Medan Johor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang menjadi populasi adalah konsumen *Carvas Coffee* *House* Medan Johor dari bulan Oktober sampai dengan Desember 2021 yaitu sebanyak 9114 orang. Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah *Carvas Coffee* *House* yang berlokasi di Jl. Karya Kasih No.54 Medan Johor Kota Medan, Sumatera Utara, yang dimulai dari Desember 2021 sampai dengan Juli 2022. Teknik penarikan sampel penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, sehingga sampel penelitian ditetapkan sebanyak 99 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi linear berganda diperoleh persamaan Y = 4,220 + 0.423X1 + 0.424X2 + 0.409X3. Hasil uji t diperoleh nilai thitung = 2,896 > ttabel = 1,661 dan signifikansi 0,005 < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel Gaya Hidup (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Carvas Coffee* *House* Medan Johor. Nilai thitung = 3,024> ttabel = 1,661 dan signifikansi 0,003 < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Carvas Coffee* *House* Medan Johor. Sedangkan Nilai thitung = 3.699 > ttabel = 1,661 dan signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel Harga (X3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Carvas Coffee* *House* Medan Johor. Hasil uji F diperoleh nilai positif Fhitung = 60.441 > Ftabel = 2,47 dan signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel gaya hidup, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Carvas Coffee* *House* Medan Johor. Nilai Adjusted R Square (R2) adalah 0,656 atau 65,6%, sedangkan sisanya 34,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi penelitian ini disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian (Y).

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

