

ABSTRAK

Gaya hidup masyarakat mengalami perubahan dalam menikmati kopi. Kondisi persaingan *coffeeshop* yang semakin kompetitif mendorong Cold 'N Brew untuk secara terus menerus memperkuat *brand image* nya dan menyesuaikan perubahan *lifestyle* masyarakat agar dapat menarik keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *life style* terhadap keputusan pembelian di Cold 'N Brew.

Metode pada penelitian ini adalah deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode non *probability sampling* yang berjenis *purposive sampling*, jumlah responden yang didapatkan sebanyak 269 responden yang telah melakukan transaksi minimal satu kali di Cold 'N Brew. Penelitian ini menggunakan Metode Analisa Regresi Berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan persentase rata-rata variabel *Brand Image*, *Life Style*, dan Keputusan Pembelian secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Life Style* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Cold 'N Brew. Untuk itu, diharapkan Cold 'N Brew dapat mempertahankan *brand image* dan mampu mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat.

Kata Kunci : Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian