

Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen Muda, Harga, Tempat, dan Jenis Minuman, Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Starbucks Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Oleh : Daniel Julio Americo

Dibimbing oleh : HENI HANDRI UTAMI DAN BUDIARTO

ABSTRAK

Kedai kopi Starbucks merupakan tempat minum kopi yang sangat berkembang pesat di dunia termasuk di Yogyakarta. Harga, jenis minuman, tempat, gaya hidup dan sikap konsumen muda merupakan hal yang dapat berpengaruh dalam keputusan konsumen dalam membeli kopi Starbucks. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh harga, jenis minuman, tempat, gaya hidup dan sikap konsumen muda terhadap keputusan pembelian kopi Starbucks. Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode pelaksanaan menggunakan metode survey. Metode penentuan lokasi menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data adalah observasi dan wawancara langsung kepada konsumen muda di kedai Starbucks di Kabupaten Sleman Yogyakarta melalui pembagian kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil dalam penelitian ini adalah gaya hidup, harga, tempat, berpengaruh, sedangkan sikap dan jenis minuman tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi Starbucks di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Kata kunci : gaya hidup, sikap, harga, tempat, jenis minuman, keputusan pembelian.

**The Influence of Life Style, Attitude of The Young Consumers, Price, Place,
and Beverage to Purchasing Decision at Starbucks Coffee in Sleman Sub-
District of Daerah Istimewa Yogyakarta**

by : Daniel Julio Americo

Supervised by : HENI HANDRI UTAMI and BUDIARTO

ABSTRACT

Starbucks coffee is now being the most popular place for enjoying coffee in the world, include Yogyakarta. There are many factors that affects people decision for buying Starbucks products : price, beverages, place, life style and the attitude of the young consumers. The aim of this thesis was to study the influence of price, beverages, place, life style, and the young consumer attitude to buy decision in Starbucks Coffee. This thesis using descriptive method as the basic method. And survey as the implementation method. *Accidental Sampling Method* also used in this thesis to determinate the location. All the data in this thesis were collected by observation and direct interview with the young consumers in Starbucks Coffee, Sleman Residence, Yogyakarta via questionnaire. And this thesis was using double regression analytical technique. The result of this thesis shows that life style, price, place implies while attitude and beverages doesn't implies to consumers decision in buying at Starbucks Coffee, Sleman, Yogyakarta.

Keywords : life style, attitude, price, beverages, purchase decision