

PENGARUH *LIFESTYLE*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *PRICE PERCEPTION*, TERHADAP MINAT BELI KARAKTER KOPI DI DENPASAR

Abstrak

Perkembangan dalam *industry food and beverage* mengenai kopi, dan gaya hidup konsumen banyak mengalami kemajuan. Kemajuan tersebut membuat para pelaku bisnis berusaha untuk saling bersaing dan memenuhi pangsa pasar sehingga menuntut optimalisasi dalam menciptakan maupun memasarkan suatu produk, serta berbagai strategi untuk mendapatkan konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Peningkatan jumlah konsumsi kopi di pandang oleh pelaku bisnis sebagai salah satu peluang besar sehingga memilih untuk terjun ke dunia bisnis kedai kopi (*Coffee Shop*). Semakin besarnya dan ketatnya persaingan bisnis terutama pada bidang *Coffee Shop*, membuat para pemilik *Coffee Shop* semakin di tuntut untuk mengetahui dan mencermati perilaku konsumen.

penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengaruh *lifestyle*, *store atmosphere*, dan *price perception*, terhadap minat beli karakter kopi di denpasar. Populasi penelitian ini adalah konsumen karakter kopi di denpasar. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yang di tentukan berdasarkan rumus (Heir) dimana rumus tersebut di gunakan untuk menghitung populasi yang tidak di ketahui jumlahnya. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner menggunakan Teknik skala likert dengan skala 1 sampai 5. Teknik analisis data menggunakan Teknik analisis regresi liner berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa 1) *Lifestyle*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Karakter Kopi Denpasar. 2) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Karakter Kopi Denpasar. 3) *Price Perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Karakter Kopi Denpasar. 4) *Lifestyle*, *Store Atmosphere*, Dan *Price Perception* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli Karakter Kopi Denpasar.

Kata kunci: *Lifestyle*, *Store Atmosphere*, Dan *Price Perception*, Minat beli