

## ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen sangat penting bagi coffe shop Pijar. Coffe shop Pijar akan berupaya untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen dengan melakukan promosi yang tepat dengan harapan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap produk yang ditawarkan pada akhirnya bertujuan meningkatkan laba perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh *word of mouth* (WOM), gaya hidup, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian coffe shop Pijar. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen coffe shop Pijar. Data didapatkan melalui kuesioner dari sampel berjumlah 105 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data diolah dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 25. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa WOM, gaya hidup, citra merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian coffe shop Pijar. Sehingga seluruh hipotesis yang ditentukan pada penelitian ini terbukti.

Kata Kunci: *word of mouth* (WOM), gaya hidup, citra merek, kualitas pelayanan, keputusan pembelian