

ABSTRAK

Pada era modern ini, *coffee shop* tumbuh pesat. Bermunculnya *coffee shop* ini berdampak pada perilaku konsumtif dewasa muda. Pembelian kopi di beberapa *coffee shop* tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya dari segi persepsi harga, *servicescape* dan gaya hidup. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *servicescape* dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan populasi yaitu pembeli atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di *coffee shop* Kota Semarang, yang jumlahnya tidak diketahui. Sedangkan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu 30 orang setiap outlet. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, lalu data dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, *servicescape*, dan gaya hidup terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dari hasil uji – t persepsi harga 2,602 dan sig. 0,011 < 0,05, uji – t *servicescape* sebesar 2,349 dan sig. 0,021 < 0,005, dan uji – t gaya hidup sebesar 5,174 dan sig. 0,000 < 0,005.

Kata kunci: *Coffee shop*, Harga, *Servicescape*, Keputusan Pembelian, Gaya Hidup