

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung**” ini ditulis oleh Shella Andhika Putri Alista Handayani NIM 12402173448, Pembimbing: Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.

Tulungagung adalah kota yang memiliki julukan Kota Seribu Warung Kopi. Hampir di setiap sudut kota ditemukan berbagai macam warung dan kedai kopi. Kedai Kopi Onderan Kota adalah salah satu Kedai kopi di Tulungagung. Untuk memenuhi minat konsumen dan persaingan, tentunya dipengarungi oleh loyalitas konsumen. Loyalitas merupakan aset perusahaan karena konsumen mempunyai komitmen dan kesetiaan untuk selalu membeli produk. Demi menjaga loyalitas konsumen maka kedai kopi perlu memperhatikan faktor gaya hidup, faktor *Brand Image*, dan promosi.

Rumusan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah ada pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung?, 2) Apakah ada pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung?, 3) Apakah ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung?, 4) Apakah ada pengaruh signifikan antara gayahidup, *brand image*, dan promosi terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan antara gaya hidup, *brand image*, dan promosi terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data melalui data primer menggunakan instrument angket. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung kedai kopi onderan kota di Tulungagung. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow didapatkan sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validasi, uji reliabilitas, uji multikoleniaritas, analisis regresi, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. 2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. 4) Gaya hidup, *brand image*, dan promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung.

**Kata kunci:** *Brand Image*, Gaya hidup, Loyalitas Konsumen, Promosi.

## **ABSTRACT**

*Thesis with tittle “The Influence of Lifestyle, Brand Image, and Promotion on Consumer Loyalty of Onderan Coffee Shop in Tulungagung City” written by Shella Andhika Putri Alista Handayani NIM 12402173448, Advisor: Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.*

*Tulungagung is a city that has the nickname the City of a Thousand Coffee Shops. Almost in every corner of the city found various kinds of stalls and coffee shops. Onderan Kota Coffee Shop is one of the coffee shops in Tulungagung. To meet consumer interest and competition, of course, consumer loyalty is influenced. Loyalty is a company asset because consumers have a commitment and loyalty to always buy products. In order to maintain consumer loyalty, coffee shops need to pay attention to lifestyle factors, brand image factors, and promotions.*

*The formulations in this research are 1) Is there a significant influence between lifestyle on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop in Tulungagung City?, 2) Is there a significant effect between brand image on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop in Tulungagung City?, 3) Is there an influence There is a significant relationship between promotion on consumer loyalty at Onderan Coffee Shop, Tulungagung City?, 4) Is there a significant influence between lifestyle, brand image, and promotion on consumer loyalty at Onderan Coffee Shop, Tulungagung City?. The purpose of this study was to determine whether there is a significant influence between lifestyle, brand image, and promotion on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop, Tulungagung City.*

*This research used a quantitative approach with the type of associative research. Collecting data through primary data using a questionnaire instrument. The population in this study were visitors to the city's onderan coffee shop in Tulungagung. The sampling technique using the Lemeshow formula obtained a sample of 100 respondents. The data analysis technique used validation test, reliability test, multicollinearity test, regression analysis, and classical assumption test.*

*The results showed that 1) Lifestyle had a positive and significant effect on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop, Tulungagung City. 2) Brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop, Tulungagung City. 3) Promotion has a positive and significant effect on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop, Tulungagung City. 4) Lifestyle, brand image, and promotion simultaneously (together) have a significant effect on consumer loyalty at the Onderan Coffee Shop, Tulungagung City.*

**Keyword:** *Brand Image, Lifestyle, Consumer Loyalty, Promotion.*