ABSTRAK

Nama : Dea Auzira Putri
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Gaya Hidup Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Coffee di Kota Lhokseumawe

Di era modern ini, telah terjadi pergeseran signifikan dalam kebiasaan belanja konsumen. Indomaret adalah salah satu minimarket terkenal yang menyediakan kebutuhan sehari-hari dan menerapkan inovasi seperti konsep Indomaret Point Coffee. Kehadiran Point Coffee di gerai Indomaret menjadi alternatif baru bagi konsumen yang menginginkan kopi praktis, terjangkau, namun tetap mengikuti tren gaya hidup modern. Hal ini menunjukkan adanya relevansi antara gaya hidup masyarakat dan kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk kopi. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dan juga pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup Psikografis yang terdiri dari *Activity*, *Interest*, dan *Opinion* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Point Coffee di Indomaret Kota Lhokseumawe. Semakin aktif konsumen dalam mencari informasi, semakin besar minat terhadap produk dan suasana gerai, serta semakin positif opini masyarakat, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Ketiga dimensi tersebut secara bersama-sama membentuk perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa manajemen Point Coffee perlu memperkuat strategi pemasaran yang mampu meningkatkan keterlibatan konsumen, menciptakan daya tarik produk dan suasana gerai, serta mendorong opini positif melalui pengalaman konsumen dan media sosial. Dengan memahami dimensi psikografis konsumen, perusahaan dapat merancang promosi dan layanan yang lebih personal dan relevan untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Gaya hidup psikografis, *activity*, *interest*, *opinion*, keputusan pembelian

ABSTRACT

Name : Dea Auzira Putri
Study Programme : *Management*
Title : *The Influence of Psychographic Lifestyle on Purchasing Decisions at Indomaret Point Coffee in Lhokseumawe City*

In this modern era, there has been a significant shift in consumer shopping habits. Indomaret, one of the most well-known minimarkets providing daily necessities, has introduced innovations such as the Indomaret Point Coffee concept. The presence of Point Coffee at Indomaret outlets offers a new alternative for consumers seeking convenient, affordable coffee that still aligns with modern lifestyle trends. This indicates a strong relevance between consumer lifestyles and their purchasing decisions regarding coffee products. This study employs multiple linear regression analysis and hypothesis testing using SPSS. The results show that Psychographic Lifestyle, which includes Activity, Interest, and Opinion, has a positive and significant influence—both partially and simultaneously—on the purchasing decisions of Point Coffee at Indomaret in Lhokseumawe City. The more active consumers are in seeking information, the greater their interest in the product and store ambiance, and the more positive public opinion becomes, the higher the likelihood of purchasing behavior. These three dimensions collectively shape consumer behavior in making purchasing decisions. The findings imply that Point Coffee management should strengthen marketing strategies that enhance consumer engagement, create product and store appeal, and encourage positive opinions through customer experiences and social media. By understanding consumers' psychographic dimensions, the company can design more personalized and relevant promotions and services to boost sales.

Keywords: *Psychographic lifestyle, activity, interest, opinion, purchasing decision*