

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI TIKOEM

Oleh
Ketut Nanda Wirantika Putra, NIM 2217041295
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penurunan penjualan yang terjadi secara bertahap pada *coffee shop* Tikoem yang berada di Singaraja dalam periode Maret hingga Juni 2025. Penurunan ini diduga tidak hanya disebabkan oleh meningkatnya persaingan antar *coffee shop*, tetapi juga berkaitan dengan perubahan perilaku konsumen, khususnya dalam hal persepsi terhadap kualitas produk serta kesesuaian dengan gaya hidup yang modern. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga, tetapi juga pengalaman, kenyamanan, serta nilai estetika yang mendukung aktivitas sosial mereka. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk lebih adaptif dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan gaya hidup terhadap niat beli konsumen pada *coffee shop* Tikoem. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain kausal. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di Singaraja yang memiliki niat beli terhadap produk Tikoem. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Secara simultan, kualitas produk dan gaya hidup juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk dan penyesuaian dengan gaya hidup konsumen menjadi strategi penting dalam meningkatkan niat beli konsumen.

Kata kunci: gaya hidup, kualitas produk, niat beli.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTION AT TIKOEM

By

Ketut Nanda Wirantika Putra, NIM. 2217041295
Department of Management, Faculty of Economics

ABSTRACT

This study was motivated by the phenomenon of a gradual decline in sales at Tikoem Coffee Shop in Singaraja during the period from March to June 2025. This decline is presumed to have resulted not only from increasing competition among coffee shops but also from changes in consumer behavior, particularly regarding perceptions of product quality and its alignment with modern lifestyles. Today's consumers consider not only taste and price but also the overall experience, comfort, and aesthetic value that support their social activities. These conditions require business owners to be more adaptive in understanding consumer needs and preferences. This study aimed to analyze the influence of product quality and lifestyle on consumers' purchase intention at Tikoem Coffee Shop. This research employed a quantitative approach with a causal research design. The population consisted of individuals in Singaraja who had the intention to purchase Tikoem products. A total of 100 respondents were selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results revealed that product quality has a positive and significant influence on consumers' purchase intention. Lifestyle also has a positive and significant influence on consumers' purchase intention. Simultaneously, product quality and lifestyle have a positive and significant influence on consumers' purchase intention. The findings imply that improving product quality and aligning products with consumers' lifestyles are essential strategies for enhancing consumers' purchase intention.

Keywords: *lifestyle, product quality, purchase intention.*