

ABSTRAK

Retania Yasa. (2024). Pengaruh *Social Media Advertising* Dan *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Kedai Kopi Kenangan di Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. Pendamping (II) Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh *Social Media Advertising* Dan *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Kedai Kopi Kenangan di Kota Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 384 orang. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan sempel lemeshow. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa *Structual Equatiom Modeling* (SEM) dengan smartPLS Versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Social Media Advertising* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun, 2) *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun. 3) *Social Media Advertising* berpengaruh terhadap *Brand Image* Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun. 4) *Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *Brand Image* Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun. 5) *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun. 6) *Social Media Advertising* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun. 7) *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Kedai Kopi Kenangan Kota Madiun

Kata Kunci: *Social Media Advertising*, *Life Style*, Keputusan Pembelian dan *Brand Image*

ABSTRACT

This research aims to empirically prove the influence of social media advertising and life style on purchasing decisions via brand image at Kenangan Coffee Shop in Madiun City. This research is quantitative research with a sample size of 384 people. The sampling method is using lemeshow samples. Data collection uses a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique uses a test tool in the form of Structural Equation Modeling (SEM) with smartPLS Version 3.0. The results of this research show that 1) Social Media Advertising influences the purchasing decision for Kenangan Coffee Shop, Madiun City, 2) Lifestyle influences the purchasing decision for Kenangan Coffee Shop, Madiun City. 3) Social Media Advertising influences the Brand Image of Kedai Kopi Kenangan, Madiun City. 4) Lifestyle has no effect on the Brand Image of Kedai Kopi Kenangan, Madiun City. 5) Brand Image influences the Purchase Decision of Kenangan Coffee Shop, Madiun City. 6) Social Media Advertising influences Purchasing Decisions through the Brand Image of Kedai Kopi Kenangan, Madiun City. 7) Lifestyle influences purchasing decisions through the brand image of Kedai Kopi Kenangan, Madiun City

Keywords: *Social Media Advertising, Life Style, Purchasing Decisions and Brand Image*