

**Pengaruh *Brand image* Dan Interior Cafe Terhadap Keputusan Pembelian  
Di My Kopi**

**(Study Pada Pelanggan Cafe My Kopi)**

**Oleh:  
Nuria Fitriah**

**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul  
‘Ulum Lamongan**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan interior cafe terhadap keputusan pembelian di Cafe My Kopi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 178 konsumen, dengan jumlah sampel 64,02 yang dibulatkan menjadi 64 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik probability sampling dengan cara random sampling, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil serta kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan *brand image* sebesar 57,501 dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, interior cafe sebesar 0,552 dengan nilai signifikan 0,583 secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil estimasi regresi menunjukkan prediksi dari 2 variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 98,2% sedangkan sisanya sebesar 1,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Kata kunci :** *brand image*, interior cafe, dan keputusan pembelian.