

ABSTRAK

Widyaningrum Prameswari (1720310075). Pengaruh *Word Of Mouth*, *Price*, *Halal Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kafe Kata Kopi Kudus. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus 2022. Fenomena menjamurnya *coffee shop* di Indonesia ini juga terjadi di kota Kudus yang saat ini mulai bermunculan. Hal ini terjadi karena masyarakat memilih *coffee shop* sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman, atau mengerjakan tugas. Oleh karena itu *coffee shop* merupakan salah satu tempat yang bisa dikunjungi. Dengan menjamurnya bisnis *coffee shop* membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih produk yang akan dikonsumsi. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah : *pertama*, untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Kedua*, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. *Ketiga*, untuk mengetahui pengaruh *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan yang menggunakan seluruh konsumen Kata Kopi Kudus sebagai populasi. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 konsumen Kata Kopi Kudus sebagai respondennya. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis berganda, uji *f* dan uji *t*. Hasil penelitian ini menunjukkan tiga temuan, yaitu *Pertama*, terdapat pengaruh yang signifikan variabel *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Kedua*, terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian. *Ketiga*, terdapat pengaruh yang signifikan variabel *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, *Price*, *Halal Lifestyle* dan Keputusan Pembelian