

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara motivasi konsumen dan *brand image* terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Kopi Janji Jiwa pada mahasiswa di Bandung Raya. Fenomena ini diambil dari konsumsi produk kopi yang meningkat dari tahun 2016, berkembangnya kedai-kedai kopi dengan konsep modern dan menyesuaikan dengan tren masa kini yang serba mudah serta gaya hidup mahasiswa masa kini yang mudah terpengaruh dengan banyak hal. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Subjek penelitian berjumlah 137 orang. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh motivasi konsumen dan *brand image* terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 61% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: motivasi konsumen, *brand image*, pengambilan keputusan pembelian

