

## **ABSTRAK**

Meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat Indonesia mendukung para pelaku industri pasar termasuk perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yaitu, es krim saling berlomba-lomba dalam menguasai peluang pasar. Munculnya kreasi dalam mengolah makanan dan minuman semakin beragam seperti, trend boba yang bahkan telah menjadi sebuah gaya hidup yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Persaingan pasar yang semakin ketat inilah yang membuat para pelaku industri es krim harus melakukan sebuah inovasi dalam menerapkan strategi pemasaran guna menciptakan citra yang kuat dalam benak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, inovasi produk, dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada Walls Cornetto Boba. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Walls Cornetto Boba di toko Superindo Darmahusada. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah memperoleh hasil penelitian yaitu adanya pengaruh secara parsial dan simultan tentang gaya hidup, inovasi produk, dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada Walls Cornetto Boba.

**Kata kunci : Inovasi, Style, Produk, Life, Citra, Merek, Beli.**

## **ABSTRACT**

*The increasing consumptive behavior of the Indonesian people supports market industry players, including companies engaged in the food and beverage sector, namely, ice cream competing with each other to dominate market opportunities. The emergence of creations in processing food and beverages is increasingly diverse, such as the Boba trend which has even become a lifestyle that grows in the midst of society. The increasingly fierce market competition makes the ice cream industry players have to innovate in implementing marketing strategies in order to create a strong image in the minds of consumers. This study aims to determine the effect of lifestyle, product innovation, and brand image on consumer buying interest at Walls Cornetto Boba. This research is a research with a quantitative approach. The population in this study were all consumers who bought Walls Cornetto Boba at the Superindo Darmahusada store. The sample used in this study were 97 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t test, and F test. Based on the results of the research that has been done, the researchers have obtained the results of the study, namely the partial and simultaneous influence of lifestyle, product innovation, and brand image on consumer buying interest at Walls Cornetto Boba.*

**Keywords: Innovation, Style, Product, Life, Image, Brand, Buying.**