

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi CaraKita)

Garry Brillian Tanggebono
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah : 1) kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi CaraKita; 2) kualitas produk, harga, dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi CaraKita. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Kopi CaraKita yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Untuk pengolahan data, peneliti menggunakan *software* SPSS statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi CaraKita; 2) kualitas produk, harga, dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada Kedai Kopi CaraKita; 3) promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Kopi CaraKita.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION, AND SERVICE ON PURCHASE DECISIONS (Study on CaraKita Coffee Shop Consumers)

Garry Brillian Tanggebono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to see whether: 1) Product quality, price, promotion and service simultaneously have a significant effect on purchase decisions at the CaraKita Coffee . 2) Product quality, price, promotion and service partially have a positive effect on purchase decision at the CaraKita Coffe. The sample in this study were consumers of the CaraKita who had made purchases at least twice. The sampling technique used nonprobability sampling. The number of samples is 100 respondents. Test the instrument using the validity test and reliability test. The analysis technique used is multiple linear regression. For data processing, researchers used SPSS Statistics 25 software. The results showed that: 1) product quality, price, and promotion, service simultaneously have a significant effect on purchase decisions at CaraKita Coffe. 2) product quality, price and service partially have a positive effect and significant on purchase decision at the CaraKita Coffee; 3) promotion partially has no affected on purchase decisions at the CaraKita Coffee

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Service and Purchase Decision

