

ABSTRAK

Perkembangan warung kopi atau gerai kopi modern yang disebut dengan café belakangan ini terjadi karena adanya peluang ekonomi yang terkait dengan kebutuhan ruang publik, Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di kopitagram cabang Tomang. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli produk Kopitagram cabang Tomang dan banyak sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 115 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik sampling acak sederhana (simple random sampling). Metode analisis data menggunakan software Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian.



ABSTRACT

The development of coffee shops or modern outlets called cafes has recently occurred due to economic opportunities related to the need for public space, The purpose of this study was to test and analyze the effect of product quality, price and service quality on consumer purchasing decisions at Kopitagram Tomang branch. The research methodology used is quantitative research using the survey method. The population in this study were people who had bought Kopitagram products at the Tomang branch and many samples in this study were 115 respondents. The sampling method in this study used a simple random sampling technique. The data analysis method uses Partial Least Square (PLS) software. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, and service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: product quality, service quality, price, purchasing decisions.

