

ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, variasi produk, kesesuaian harga, citra merek dan kesadaran merek dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian Strada Coffee Semarang. Strada Coffee merupakan kedai kopi yang menyediakan berbagai produk kopi seperti minuman dan biji kopi sudah berdiri sejak tahun 2012 oleh Evani Jesslyn. Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin pesat dan menyebabkan persaingan yang semakin ketat terutama pada bisnis kedai kopi. Hal ini terlihat pada tahun 2017 lalu penjualan Strada Coffee mengalami penurunan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan. Peneliti tidak memiliki pertimbangan lain kecuali berdasarkan atas kemudahan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Strada Coffee yang telah mengunjungi kedai kopi tersebut minimal 2 kali, dengan jumlah responden 100 orang.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari kelima variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menyatakan bahwa kelima variabel independen memiliki pengaruh sebesar 86,1% terhadap keputusan Pembelian. Strada Coffee sebagai kedai kopi disarankan untuk membangun citra merek yang baik dengan memberikan kualitas produk dan variasi produknya sehingga konsumen akan sadar dengan merek tersebut, hal itu dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian.