

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan bisnis berbentuk *coffee shop* yang berdiri di kota Semarang. Persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin ketat akhir-akhir ini juga membawa pengaruh bagi *coffee shop* Stove Syndicate. Semakin banyak pilihan *coffee shop* bagi konsumen maka konsumen semakin bebas menentukan *coffee shop* mana yang sesuai dengan selera dan yang bisa memenuhi kebutuhannya. Hal ini membuat para pelaku bisnis *coffee shop* berlomba-lomba memberikan produk dan kualitas terbaik. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian di Stove Syndicate. Penelitian ini menguji tiga variabel independen yaitu produk, harga, dan kualitas layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap pembelian.

Metode pengumpulan data ini menggunakan metode kuesioner dengan para konsumen Stove Syndicate sebagai responden. Metode kuesioner ini digunakan untuk mengetahui lebih lanjut faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi ketertarikan responden sehingga melakukan pembelian di Stove Syndicate tersebut. Kuesioner yang disebar untuk penelitian ini sebanyak 100 kuesioner.

Dari hasil penelitian yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut, $Y = 0,223 X_1 + 0,363 X_2 + 0,361 X_3$. Hasil model regresi linier berganda mendapatkan bahwa ketiga variabel yaitu produk, harga, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,525. Hal ini berarti 52,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Produk, Harga dan Kualitas Layanan, sedangkan 47,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Kata kunci : Produk, Harga, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian