

ABSTRAK

Belakangan ini minuman kopi digemari oleh banyak kalangan masyarakat yang mana hal itu mengakibatkan semakin tinggi persaingan kedai kopi, salah satunya di Kabupaten Temanggung. Perusahaan harus mampu bersaing dan menciptakan strategi pemasaran yang baru untuk bisa bertahan dan mampu meraih pangsa pasar yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan guna mempengaruhi keputusan pembelian pada kedai kopi KopiKitaKami di Kabupaten Temanggung.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. Jumlah sampel sebanyak 130 responden yang berdomisili di Kabupaten Temanggung dan merupakan pelanggan yang sedang berkunjung di kedai kopi KopiKitaKami dengan minimal pernah satu kali membeli di KopiKitaKami. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Serta kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian.