

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
GADING SERPONG KAB. TANGERANG**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Kopi Kenangan Gading Serpong Kab. Tangerang.

Kopi Kenangan merupakan salah satu merek kedai kopi kekinian yang memiliki banyak peminat di Indonesia khususnya di Kabupaten Tangerang. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan data primer, dan tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, normalitas, heteroskedestisitas, multikolinearitas, uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji r^2 (koefisien determinasi). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang berdomisili disekitar Gading Serpong Kab. Tangerang dan pernah membeli produk Kopi Kenangan.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan. Secara simultan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Kenangan. Variabel yang paling berpengaruh yaitu variabel persepsi harga, Serta variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 60%, dan sisanya yaitu sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

(xiii + 72 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2006-2021)