

Siti Hamidah (16219100)

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan.**

Tugas akhir, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023.

**ABSTRAK**

Kedai kopi merupakan bisnis yang sedang tren saat ini, karena kopi bukan lagi hanya untuk penghilang rasa kantuk tetapi juga menjadi gaya hidup terutama pada generasi milenial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan.

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan data primer metode kuantitatif dan tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 150 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan, sedangkan persepsi harga dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan. Secara simultan variabel kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan.

Kata Kunci: *citra merek, kualitas produk, persepsi harga, promosi, keputusan pembelian*

(xii + 97 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2015 – 2023)