

ABSTRAK

Gladys Dita Mautea, NIM 7182210009. “Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Sedotan Kopi Kota Langsa.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Sedotan Kopi Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 130 orang yang pernah membeli minuman di Sedotan Kopi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala *likert* dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

Secara parsial Cita Rasa Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Sedotan Kopi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa Dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($76,171 > 3,07$) dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,545 yang berarti bahwa *tangible* dan *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 54,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: cita rasa, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Gladys Dita Mautea, NIM 7182210009. “The Influence of Taste and Price on Purchase Decisions at the Langsa City Coffee Straw Coffee Shop.”

This study aims to determine the effect of taste and price on purchasing decisions at the Langsa City Coffee Straw Coffee Shop. This study uses a quantitative method with a sampling technique using the Simple Random Sampling technique, with a total sample of 130 people who have bought drinks at Coffee Straws. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires whose measurements were using a Likert scale and statistically processed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the F test, t test and coefficient of determination. classic assumption. Data processing using SPSS 21.0 for windows program.

Partially, taste and price have a positive and significant effect on purchasing decisions at the Coffee Straw Coffee Shop. Based on the results of the study indicate that the variables of Taste and Price simultaneously affect the Purchase Decision. This can be seen from the value of $F_{count} > F_{table}$ ($76.171 > 3.07$) and the significant value is $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test shows a value of 0.545 which means that tangible and responsiveness affect customer satisfaction by 54.5% while the rest is influenced by other variables.

Keywords: taste, price, purchase decision.