

ABSTRAK

Rizkika Khairatun Hisan, NIM: 721121008, “Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Kopi Konnichiwa Citraland Medan Pada Tahun 2025”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop* Kopi Konnichiwa Citraland Medan. Harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen merupakan bentuk pengorbanan yang ditukarkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan, dengan harapan produk tersebut dapat memberikan manfaat atau memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan variasi produk adalah ragam produk yang ditawarkan oleh penjual untuk memberikan pilihan yang beragam kepada konsumen, sehingga mereka tidak merasa bosan dengan produk yang sama dan dapat memilih sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen serta mengimplementasikan teknik analisis regresi berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 120 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya harga memiliki pengaruh secara positif dengan nilai beta 0,509 dan nilai signifikan 0,000 terhadap keputusan pembelian produk Kopi Konnichiwa, kemudian variasi produk juga terbukti berpengaruh positif dengan nilai beta 0,565 dan nilai signifikansi 0,000. Secara keseluruhan, baik harga dan variasi produk secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 33% terhadap keputusan pembelian, berdasarkan nilai *Adjusted R Square*, yang berarti bahwa 67% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Variasi Produk, Keputusan Pembelian, *Coffee Shop* Kopi Konnichiwa

ABSTRACT

Rizkika Khairatun Hisan, Student ID: 721121008, “The Influence of Price and Product Variety on Purchasing Decisions at Kopi Konnichiwa *Coffee Shop* in 2025.”

This study aims to determine and analyze the influence of price and product variety on purchase decisions at Coffee Shop Kopi Konnichiwa Citraland Medan. Price is defined as the amount of money spent by consumers as a form of sacrifice exchanged to obtain a product or service, with the expectation of gaining benefits or satisfying needs. Meanwhile, product variety refers to the range of products offered by sellers to provide diverse options, ensuring consumers do not experience boredom and can choose according to their preferences. This research employs a quantitative approach, utilizing questionnaires as the research instrument and implementing multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 120 respondents. The results indicate that price has a positive influence on purchase decisions for Kopi Konnichiwa products, with a beta value of 0.509 and a significance value of 0.000. Furthermore, product variety is also proven to have a positive effect, with a beta value of 0.565 and a significance value of 0.000. Overall, both price and product variety simultaneously influence purchase decisions by 33%, based on the Adjusted R Square value, while the remaining 67% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : Price, Product Variety, Purchase Decision, Coffee Shop Kopi Konnichiwa.