

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA *CAFE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Geprek King Bandar Lampung)

Oleh

Widia Anisa Pitriani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan suasana *cafe* terhadap keputusan pembelian konsumen Geprek King Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory research*. Populasi merupakan konsumen Geprek King Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 100 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi dilakukan selama bulan Juli 2019. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan dan suasana *cafe* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, secara simultan persepsi harga, kualitas pelayanan dan suasana *cafe* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana *Cafe*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEPTION OF PRICES, QUALITY OF SERVICE AND CAFE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISIONS (Study on Geprek King Consumers Bandar Lampung)

By

Widia Anisa Pitriani

This study aims to determine the magnitude of the effect of price perceptions, service quality and cafe atmosphere on consumer purchasing decisions of Geprek King Bandar Lampung. This type of research is explanatory research. The population is Geprek King Bandar Lampung consumers. The sampling technique in this study used a simple random sampling method with a sample of 100 consumers. Data collection techniques using questionnaires and observations carried out during July 2019. Data analysis of this study used multiple linear regression analysis using the SPSS 25 application. Based on the results of research and data analysis, price perception does not significantly influence purchasing decisions, service quality and cafe atmosphere significantly influence the purchase decision. Furthermore, simultaneous perception of price, service quality and cafe atmosphere significantly influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Cafe Atmosphere, Purchasing Decision