

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Beda Cerita *Coffee*

Tazkia Khairun Nisa

Industri *Coffee* shop di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. *Coffee* shop kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, hingga bersantai. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi. Beda Cerita *Coffee* sebagai salah satu pelaku industri ini berupaya meningkatkan kualitas produk dan melakukan promosi yang efektif guna memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kondisi kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian di Beda Cerita *Coffee*, serta mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 34.832 konsumen, dengan sampel 100 responden menggunakan teknik *incidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa Kualitas Produk di Beda Cerita *Coffee* berdasarkan jawaban dari para responden berada pada kategori baik, Promosi di Beda Cerita *Coffee* berdasarkan jawaban dari para responden berada pada kategori baik, Keputusan Pembelian di Beda Cerita *Coffee* berdasarkan jawaban dari para responden berada pada kategori baik, serta berdasarkan hasil uji Hipotesis baik secara simultan dan parsial Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Beda Cerita *Coffee*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Beda Cerita Coffee

Tazkia Khairun Nisa

The coffee shop industry in Indonesia has experienced significant growth in recent years. Coffee shops now serve not only as places to enjoy coffee, but also as spaces for socializing, working, and relaxing. Increasingly fierce competition requires businesses to continuously innovate. Beda Cerita Coffee, as one of the players in this industry, strives to improve product quality and conduct effective promotions to influence consumer purchasing decisions.

This study aims to describe and analyze the conditions of product quality, promotions, and purchasing decisions at Beda Cerita Coffee, as well as to determine the simultaneous and partial effects of product quality and promotions on purchasing decisions. This study employs a quantitative approach with a descriptive and confirmatory research design. The population consists of 34,832 consumers, with a sample of 100 respondents selected using incidental sampling. Data collection was conducted via a questionnaire that had been validated and tested for reliability. The analysis technique used was multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26.

Based on the results obtained, the product quality at Beda Cerita Coffee, as indicated by the respondents' answers, is categorized as good. Promotion at Beda Cerita Coffee, based on respondents' answers, is in the good category, Purchase Decision at Beda Cerita Coffee, based on respondents' answers, is in the good category, and based on the results of the hypothesis test, both simultaneously and partially, Product Quality and Promotion influence Purchase Decision at Beda Cerita Coffee.

Keywords: Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions