

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Yunamu Coffee Bandung

Astri Sri Wahyuni

Fenomena persaingan industri kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku usaha memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Yunamu Coffee menghadapi tantangan terkait bagaimana kualitas produk dan promosi berperan dalam memengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di Yunamu Coffee Bandung. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan sampel 98 responden melalui teknik *accidental sampling*. Analisis dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu pula dengan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan bagi Yunamu Coffee untuk meningkatkan kualitas produk serta memperkuat strategi promosi, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian konsumen sekaligus meningkatkan daya saing dan kemampuan menarik konsumen secara lebih efektif.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi

ABSTRACT

The influence of product quality and promotion on purchasing decisions on Yunamu Coffee Bandung

Astri Sri Wahyuni

The increasingly competitive culinary industry demands that business owners understand the factors that influence purchasing decisions. Yunamu Coffee faces challenges related to how product quality and promotion influence consumer decisions. This study aims to determine the influence of product quality and promotion on purchasing decisions at Yunamu Coffee Bandung. The method used is descriptive and verification with a sample of 98 respondents through accidental sampling technique. Analysis was conducted using validity, reliability, classical assumptions, and multiple linear regression. The results show that product quality partially has a significant effect on purchasing decisions, as well as promotion has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, product quality and promotion have a significant effect on purchasing decisions. This study is useful as input for Yunamu Coffee to improve product quality and strengthen promotional strategies, thereby encouraging consumer purchasing decisions while increasing competitiveness and the ability to attract consumers more effectively.

Keywords: *purchase decisions, product quality, promotion*

