

ABSTRAK

Nama : Dessto Reflianugroho Listiyanto
Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi “Kekinian”
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas pelayanan dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis diskriminan. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang terdiri dari 40 responden Kopi Kenangan, 40 responden Kopi Janji Jiwa dan 40 responden Kopi Kulo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berada di wilayah Universitas Esa Unggul Kampus Harapan Indah. Penyebaran kuesioner dilakukan pada awal bulan Juli. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo. Variabel harga juga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo. Variabel kualitas pelayanan pun tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo. Sedangkan variabel kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo dengan nilai signifikansi $<0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa hanya variabel kelompok referensi yang menjadi penentu keputusan pembelian pada Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Dessto Reflianugroho Listiyanto
Title : *The Influence of Brand Image, Price, Service Quality and Reference Group on Purchasing Decision of Coffeeshop “Kekinian”*
Study programme : S-1 Management

This study aims to determine if there is influence between brand image, price, service quality and reference groups on purchasing decision of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo. The analysis technique used in this study is discriminant analysis. The sample in this study used non-probability technique with purposive sampling method. The total number of samples used in this study were 120 respondents consist of 40 respondents of Kopi Kenangan, 40 respondents of Kopi Janji Jiwa and 40 respondents of Kopi Kulo. Data collection technique used in this study were distributing the questionnaires to respondent at area of Universitas Esa Unggul Harapan Indah Campus. Questionnaires were distributed on early July. After that, the collected data were processed by using SPSS. The result showed that brand image doesn't have influence on purchasing decision of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo. Price is also doesn't have influence on purchasing decision of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo. Service quality is also doesn't have influence on purchasing decision of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo. Meanwhile, reference groups have influence on purchasing decision of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo with significance value below 0,050. It can be concluded that reference group is the only variabel that will determinating on purchasing decisions of Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa and Kopi Kulo.

Keywords : *Brand Image, Price, Service Quality, Reference Groups, Purchasing Decision*