

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada cafe Metro Kraksaan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel yaitu promosi (X1), harga (X2) dan pelayanan (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) pada saat membeli di cafe Metro Kraksaan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 65 responden dengan teknik *Accidental Sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel promosi, harga, pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen di cafe Metro Kraksaan. Dari uji t diperoleh hasil promosi (0,001), harga (0,000) dan pelayanan (0,000), semuanya berpengaruh terhadap keputusan konsumen di cafe Metro Kraksaan. Ketiga variabel ini berpengaruh koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,911. Hal ini berarti 90% variasi variabel keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh promosi, harga dan pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 0,089 atau 10% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Promosi, Harga, Pelayanan dan Keputusan Konsumen

ABSTRACT

his research was conducted at the cafe Metro Kraksaan This study aimed to determine the effect of three variables: the promotion of (X1), price (X2) and services (X3) on consumer decision (Y) at the time of purchase at Metro cafe Kraksaan. In this study, data were collected with tools such as observation, interviews and questionnaires to 65 respondents with accidental sampling technique, which aims to determine the respondent's perception of each variable. The analysis includes the data the instrument test (test the validity and reliability testing), multiple linear regression analysis, the classical assumption test (normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test, the coefficient of determination). From the results of regression analysis showed that the variables promotion, price, service a positive influence on consumer decisions in cafe Metro Kraksaan. T test results obtained from sale (0,001), price (0,000) and services (0,000), all significantly influence consumer decisions in cafe Metro Kraksaan. These three variables are influential coefficient of determination obtained at 0.911. This means that 90% of consumer decision variable variation can be explained by the promotion, pricing and service, while the rest of 0.089 or 10% is explained by other variables that are not presented in this study.

Keyword : *Promotions, Pricing, Services and Consumer Decision*