

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan produsen untuk mampu menerapkan manajemen yang baik dan membutuhkan strategi yang benar agar dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis usahanya seperti penganalisisan, perencanaan dan pelaksanaan untuk membangun keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh desain interior, harga, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada Erenka *Coffee Shop*, Banyuwangi. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas, menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling*, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi R^2 . berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan temuan yang positif, artinya jika desain interior, harga, dan cita rasa terus ditingkatkan akan berdampak terhadap keputusan pembelian di Erenka *Coffee Shop*. Hasil analisis uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa desain interior, harga, dan cita rasa berpengaruh parsial dan simultan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Erenka *Coffee Shop*, hasil pengujian koefisien determinasi R^2 yakni Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,993 atau 99,3%.

Kata Kunci : *Desain Interior*, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Increasingly tight competition requires producers to be able to implement good management and requires the right strategy in order to maintain and develop their business such as analysis, planning and implementation to build profits. This study aims to determine and analyze the influence of interior design, price, and taste on purchasing decisions at Erenka Coffee Shop, Banyuwangi. This type of research is causality research, using quantitative methods with a sample size of 100 respondents and using non-probability sampling techniques with the Accidental Sampling and Purposive Sampling approaches, using data collection techniques in the form of questionnaires to respondents. The data analysis technique for this study uses instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression, hypothesis testing and coefficient of determination R². based on the results of multiple linear regression analysis, it produces positive findings, meaning that if interior design, price, and taste continue to be improved, it will have an impact on purchasing decisions at Erenka Coffee Shop. The results of the t-test analysis obtained showed that interior design, price, and taste had a partial and significant influence on purchasing decisions at Erenka Coffee Shop, the results of the R² determination coefficient test were that the level of influence contribution was 0.993 or 99,3%.

Keywords: Interior Design, Price, and Taste on Purchasing Decisions

