

PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ TITIK BEKU HARAPAN INDAH, BEKASI

ABSTRAK

***Abstract :** This study aims to determine how much influence the taste and quality of service on purchasing decisions at the Café Titik Beku. This research is a quantitative study using SPSS Statistics 25 program with a total sample of 120 respondents who are residents of Jabodetabek who have bought product at Café Titik Beku using nonprobability sampling and purposive sampling techniques. The results of this study, the T test shows that taste has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0,001 < 0,05$ and a t value of $3,369 > 1,980$, meaning that partially the taste variable has a significant effect on purchasing decisions. Service quality variable has a significant effect on purchasing decisions with a significance $0,000 < 0,05$ and a t value of $4,790 > 1,980$, meaning that partially the service quality variable has a significant effect on purchasing decisions at Café Titik Beku. The benefit of this research for Café Titik Beku is as input or evaluation material in order to maintain and improve the taste and quality of service so that Café Titik Beku can compete with other competitors.*

***Keywords:** taste, service quality, purchasing decision*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Café Titik Beku Harapan Indah, Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan program SPSS Statistik 25 dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang masyarakat berdomisili Jabodetabek yang pernah membeli produk Café Titik Beku dengan menggunakan teknik nonprobability sampling dan purposive sampling. Hasil penelitian ini Uji t menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t $3,369 > 1,980$ artinya secara parsial variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t $4,790 > 1,980$ artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Café Titik Beku. Manfaat penelitian ini bagi Café Titik Beku adalah sebagai bahan masukan atau evaluasi agar tetap mempertahankan dan meningkatkan cita rasa produk dan kualitas pelayanan agar Café Titik Beku dapat bersaing dengan competitor lainnya.

Keywords : cita rasa, kualitas pelayanan, keputusan pembelian