

ABSTRAK

PENGARUH CITA RASA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GERAJ KOPJ JANJJI JIWA KEDATON BANDAR LAMPUNG

Oleh

Miftah Fauzan Badri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gerai Kopi Janji Jiwa Kedaton Bandar Lampung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen dari yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali membeli produk gerai kopi janji jiwa kedaton bandar lampung dengan jumlah 140 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Data penelitian diolah dengan menggunakan Microsoft Excel dan Software SPSS 20. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Citra Rasa (X_1), Promosi (X_2). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara parsial menghasilkan bahwa variabel Citra Rasa, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gerai Kopi Janji Jiwa Kedaton Bandar Lampung. Pengujian secara simultan bahwa Citra Rasa, dan Promosi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gerai Kopi Janji Jiwa Kedaton Bandar Lampung.

Kata Kunci : Citra Rasa, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TASTE AND PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE DECISION AT JANJI JIWA COFFEE SHOP KEDATON BANDAR LAMPUNG

By

Miftah Fauzan Badri

The purpose of this study was to determine the effect of taste and promotion on consumer purchasing decisions at the Janji Jiwa Coffee Shop Kedaton Bandar Lampung. The data collection method used primary data collected through the distribution of questionnaires at the Janji Jiwa Coffee Shop Kedaton Bandar Lampung who had made a purchase at least 2 times to buy the product of the Janji Jiwa Coffee Shop Kedaton Bandar Lampung. The sample in this study used 140 respondents. The analysis test used the linear regression multiple method using Microsoft Excel and SPSS Ver.20 software. The independent variables in this study were Taste and Promotion. The dependent variable in this study is Consumer Purchase Decision. The result showed that the taste and promotion had an effect on consumer purchasing decisions at the Janji Jiwa Coffee Shop Kedaton Bandar Lampung.

Keywords: Taste, Promotion, Purchase Decision.



[Handwritten signature]
9/10