

ABSTRAK

Disebut Kopi Bandung adalah sebuah kedai kopi yang menyajikan berbagai varian makanan dan minuman dengan berbagai fasilitas yang ada. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan pada Disebut Kopi Bandung, peneliti menemukan masalah yakni keputusan pembelian konsumen dalam pertimbangan untuk membeli karena harga produk terlalu tinggi dibandingkan produk pesaing. Berdasarkan permasalahan tersebut diduga karena harga dari produk Disebut kopi yang dinilai terlalu tinggi serta kualitas dan manfaat yang belum maksimal.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada Disebut Kopi Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data melalui observasi non partisipan, wawancara dan penyebaran angket sebanyak 77 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Berganda, Korelasi Rank spearman dan Koefisien Determinasi. Dimana pengolahan data menggunakan software SPSS 29.

Berdasarkan hasil penelitian penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Disebut Kopi Bandung dalam penelitian ini cukup baik. Seperti pada analisis yang telah peneliti lakukan dengan analisis skor dan mendapatkan nilai yang berada pada kategori baik dan hasil menggunakan uji koefisien determinasi kontribusi pada variable penetapan harga dan keputusan pembelian berada pada presentasi sebesar 69% dan sisanya 31% yang disebabkan oleh faktor – faktor lain seperti promosi, lokasi, pelayanan dan lainnya

Hambatan – hambatan yang dihadapi oleh Disebut Kopi Bandung mengenai Harga terhadap Keputusan Pembelian yakni banyaknya pesaing pada bidang usaha kedai kopi di kota Bandung yang mengharuskan bersaing untuk mendapatkan konsumen dan produk yang dijual kurang cocok untuk semua kalangan. Dimana perusahaan dalam penetapan harga cenderung untuk menjangkau kalangan menengah ke atas saja.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan dari hasil penelitian pada Disebut Kopi Bandung yaitu, Memberikan kesan unik sehingga bisa menjadi identitas yang tidak dimiliki bisnis kopi lain, menyesuaikan harga produk yang dijual agar dapat dijangkau oleh semua konsumen serta melakukan berbagai promosi karena persaingan di bidang kedai kopi ini semakin meningkat serta konsisten melakukan promosi dan marketing dengan menjadwalkan promosi rutin.

Kata Kunci : Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Disebut Bandung Coffee is a coffee shop that serves various variants of food and drinks with various existing facilities. Based on the results of preliminary research conducted at Disebut Bandung Coffee, researchers found a problem, namely consumer purchasing decisions in consideration of buying because product prices are too high compared to competing products. Based on these problems, it is suspected that the price of a product called coffee is considered too high and the quality and benefits are not maximized.

The purpose of this study was to determine the effect of pricing on purchasing decisions at Disebut Bandung Coffee. The research method used in this study is a quantitative method. The type of data needed is primary data and secondary data. Collecting data through non-participant observation, interviews and distributing questionnaires to 77 respondents. The analysis technique used is Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression, Spearman Rank Correlation and Coefficient of Determination. Where data processing uses SPSS 29 software.

Based on the research results of pricing on consumer purchasing decisions on Disebut Coffee Bandung in this study is quite good. As in the analysis that the researcher has done with score analysis and getting scores that are in the good category and the results using the determination coefficient test the contribution to the pricing variable and purchasing decisions is at a presentation of 69% and the remaining 31% is caused by other factors such as promotion, location, service and others

The obstacles faced by Disebut Kopi Bandung regarding Price on Purchasing Decisions are the many competitors in the coffee shop business sector in the city of Bandung which require competition to get consumers and the products sold are not suitable for all groups. Where companies in pricing tend to reach the upper middle class only.

The suggestions that researchers can put forward from the results of research on Disebut Bandung Coffee are, giving a unique impression so that it can become an identity that other coffee businesses don't have, adjusting the prices of products sold so that they can be reached by all consumers and carrying out various promotions due to competition in the shop sector this coffee is increasing and consistently conducting promotions and marketing by scheduling regular promotions.

Keywords: Pricing and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Disebut Kopi Bandung nyaéta warung kopi anu nyuguhkeun rupa-rupa varian kadaharan jeung inuman kalayan sagala rupa fasilitas anu aya. Dumasar kana hasil panalungtikan awal anu dilaksanakeun di Disebut Kopi Bandung, panalungtik manggihan hiji masalah, nya éta kaputusan beuli konsumen dina tinimbangan meuli sabab harga produk teuing tinggi dibandingkeun produk pesaing. Dumasar kana masalah ieu, disangka harga produk anu disebut kopi dianggap luhur teuing sareng kualitas sareng kauntungan henteu maksimal.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh penetapan harga kana kaputusan beuli di Disebut Kopi Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta méthode kuantitatif. Jenis data anu diperlukeun nyaéta data primer jeung data sékundér. Ngumpulkeun data ngaliwatan observasi non partisipan, wawancara jeung ngadistribusikaeun kuesioner ka 77 réspodén. Téhnik analisis anu digunakeun nyaéta Uji Validitas, Uji Réliabilitas, Regresi Linier Berganda, Korélasi Rengking Spearman jeung Koéfisien Determinasi. Dimana ngolah data ngagunakeun software SPSS 29.

Dumasar kana hasil panalungtikan ngeunaan penetapan harga dina kaputusan beuli konsumen dina Disebut Kopi Bandung dina ieu panalungtikan téh cukup alus. Saperti dina analisis anu geus dilakukeun panalungtik kalawan analisis skor jeung meunangkeun skor anu aya dina katagori alus sarta hasilna ngagunakeun uji koefisien determinasi kontribusi kana variabel harga jeung kaputusan beuli aya dina presentasi 69% jeung sésana 31% disababkeun ku faktor séjén kayaning promosi, lokasi, jasa jeung sajabana

Halangan anu disanghareupan ku Disebut Kopi Bandung ngeunaan Harga dina Kaputusan Meuli nya éta lobana pesaing dina séktor usaha warung kopi di Kota Bandung anu merlukeun kompetisi pikeun meunangkeun konsumen sarta produk anu dijual henteu cocog pikeun sakabéh golongan. Dimana pausahaan dina harga condong ngahontal kelas menengah luhur wungkul.

Saran nu bisa ditepikeun ku panalungtik tina hasil panalungtikan nu Disebut Kopi Bandung téh, méré kesan nu unik sangkan bisa jadi jati diri nu teu dipiboga ku usaha kopi séjénna, nyaluyukeun harga produk nu dijual sangkan bisa kahontal. ku sakumna konsumén sarta ngalaksanakeun rupa-rupa promosi alatan kompetisi dina séktor warung kopi ieu ngaronjat tur konsisten ngalaksanakeun promosi jeung pamasaran ku scheduling promosi rutin.

Kecap konci: Harga sareng Kaputusan Meuli