

## **ABSTRAK**

Bisnis coffee shop masih dinilai sebagai bisnis yang menggiurkan. Sebab target pasarnya sangat banyak, tidak hanya para pecinta kopi melainkan juga masyarakat biasa. Sebab, ngopi di coffee shop atau kafe merupakan tren yang tak pernah lekang termakan zaman dan seakan telah membudaya bagi masyarakat Indonesia.

Tujuan ini. (1) untuk mengetahui gambaran umum pada Kumari Coffee Bandung (2) untuk mengetahui kondisi Harga produk dan minat beli konsumen pada Kumari Coffee Bandung. (3) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga produk terhadap minat beli konsumen pada Kumari Coffee Bandung. (4) untuk mengetahui hambatan harga produk dan upaya yang dialami pada Kumari Coffee Bandung.

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, wawancara, angket, teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reabilitas, uji revalidasi sederhana, uji hipotesis, koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh positif harga terhadap minat beli pada Kumari Coffee sebesar 68% dan sisanya sebesar 32% yang merupakan epsilon atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Harga Dan Minat Beli**

## **ABSTRACT**

*The coffee shop business is still considered a lucrative business. Because the target market is very large, not only coffee lovers but also ordinary people. Because, drinking coffee in a coffee shop or cafe is a trend that never gets old and seems to have become a culture among Indonesian people.*

*this goal. (1) to find out a general description of Kumari Coffee Bandung (2) to find out the condition of product prices and consumer buying interest at Kumari Coffee Bandung. (3) to find out how much influence the product price has on consumer buying interest at Kumari Coffee Bandung. (4) to determine the product price barriers and efforts experienced at Kumari Coffee Bandung.*

*The research method used in this research uses quantitative methods, the collection techniques used in this research are non-participant observation, interviews, questionnaires, data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, simple revision tests, hypothesis tests, coefficient of determination.*

*Based on the data obtained from the research results, there is a positive influence of price on buying interest in Kumara Coffee of 68% and the remaining 32% is epsilon or a variable not examined in this research.*

***Keywords: Price and Purchase Interest***

## ***ABSTRAK***

Usaha warung kopi masih dianggap usaha anu lumayan. Kusabab target pasar anu ageung pisan, sanés ngan ukur para pecinta kopi tapi ogé jalma biasa. Sabab, ngopi di warung kopi atawa warnet téh mangrupa trend anu teu kungsi kolot jeung sigana geus jadi budaya masarakat Indonésia.

tujuan ieu. (1) pikeun mikanyaho gambaran umum Kopi Kumari Bandung (2) pikeun mikanyaho kaayaan harga produk jeung minat beuli konsumen di Kopi Kumari Bandung. (3) pikeun mikanyaho sabaraha pangaruh harga produk kana minat beuli konsumen di Kopi Kumari Bandung. (4) nangtukeun hambatan harga produk jeung usaha anu kaalaman di Kumari Kopi Bandung.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan ngagunakeun métode kuantitatif, téhnik ngumpulkeun anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta observasi non partisipan, wawancara, angkét, téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, tés révisi basajan, uji hipotésis, koefisien determinasi.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh positif harga kana minat meuli Kopi Kumara sebesar 68% jeung 32% sésana mangrupa épsilon atawa variabel anu henteu ditalungtik dina ieu panalungtikan.

**Konci: Harga jeung Mésér Minat**