

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner di Kota Bandung, Café Goffee Doughnuts & Coffee Dipatiukur menghadapi tantangan berupa fluktuasi dan penurunan volume penjualan serta jumlah konsumen dalam enam bulan terakhir. Hal ini terindikasi dari keluhan konsumen mengenai aspek pelayanan yang kurang responsif serta persepsi harga yang dinilai belum sepenuhnya sesuai dengan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orang dan harga terhadap proses keputusan pembelian pada Café Goffee Doughnuts & Coffee Dipatiukur Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif terhadap 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert. Instrumen diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan yaitu Method of Successive Interval (MSI), regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, serta uji hipotesis simultan (Uji F) dan parsial (Uji t). Pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *People* berpengaruh positif signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 33,9%, sedangkan harga berpengaruh positif signifikan sebesar 29,4%. Secara simultan, *People* dan harga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 63,3% terhadap proses keputusan pembelian, sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *People*, Harga, Proses Keputusan Pembelian, Café Goffee Doughnuts & Coffee