

## ABSTRAK

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Merjer Padang*

Oleh: Avi Dandy Krisna

Penelitian ini ialah untuk menganalisis besar kecilnya dampak Harga kepada keputusan pembelian konsumen di Cafe Merjer Padang. Dan ditemukannya beberapa permasalahan di café merjer yaitu Informasi terkait cafe merjer yang belum banyak sehingga banyak yang belum tahu mengenai cafe tersebut., Jaringan wifi yang sering ketika bermasalah berada di area cafe merjer, Rasa makanan yang kurang dinikmati oleh konsumen., Konsumen tidak ingin melakukan pembelian karna rasa makanan tidak sesuai dengan harga., Konsumen kurang puas dengan hasil produk dari café merjer yang dibeli

Tujuan Penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian café Marjer. Metode pada penelitian berikut adalah kuantitatif dengan upaya pendekatan asosiatif kausal yang melibatkan dua variabel. Dalam menentukan pengambilan sampel, digunakan teknik *non probability sampling*. Teknik pengambilan data yang dipakai pada penelitian ini adalah dengan menyebar angket yang menggunakan skala *likert* dengan 30 buah jumlah pernyataan yang lebih dulu dites validitas dan reliabilitasnya. Data yang dideskripsikan dengan dites persyaratan analisis dan pengujian hipotesis yang menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana serta koefisien determinan menggunakan *software* SPSS versi 20.00.

Keputusan Pembelian tergolong sangat baik (85%). Berdasarkan dari pengujian hipotesis regresi linear sederhana  $F 0.034$  sig  $0,000 < 0,05$ , oleh sebab itu variabel Harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui nilai *R Square* 0,327. Harga mendorong keputusan pembelian konsumen secara signifikan sebesar 32,7% dan 67,3% terpengaruh melalui 1 factor yang lainnya. Kemudian diperoleh nilai  $t 3.61937$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ , sehingga diperoleh pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Selanjutnya nilai koefisien regresi senilai 0,463 serta nilai sig  $0,000 < 0,05$ , maksudnya per penambahan senilai 1 satuan Harga bisa menambah 0,023 satuan keputusan pembelian. Berlandaskan hasil penelitian disarankan agar pihak manajemen selalu memberikan upaya yang maksimal dalam meningkatkan penerapan agar Harga semakin mendorong keputusan pembelian konsumen

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Café Merjer.