

## ABSTRAK

**Mireri Igmu (2022): Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Kopi Pagi Kota Padang*.** Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan tingkat kunjungan konsumen yang belum stabil setiap bulannya, harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan *cafe* lain, fasilitas parkir yang kurang memadai dan musholla yang tidak menyediakan mukena dan ketidakpuasan tamu setelah datang ke kopi pagi yang membuat tamu tidak ingin kembali berkunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *cafe* Kopi Pagi Kota Padang.

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Data yang diperoleh dari penelitian ini akan dianalisis dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan dan pernyataan penelitian yang telah dikemukakan. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 26.00. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan 307 sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah komunikasi secara tidak langsung melalui penyebaran kuesioner/angket yang tersusun. Kuesioner tersebut berupa pertanyaan terbuka dan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana dengan menghitung kadar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dipaparkan: a) secara keseluruhan variable harga dengan nilai persentase sebesar 42.3% berada pada > 40 termasuk kategori baik, b) secara keseluruhan variabel keputusan pembelian dengan nilai persentase sebesar 48.2% berada pada > 73.3 kurang baik, c) terdapat pengaruh yang signifikan antaraa harga terhadap keputusan pembelian di *cafe* kopi pagi sebesar 72.2% sedangkan 27.8% dipengaruhi oleh factor lainnya.

**Kata Kunci:** Harga, Keputusan Pembelian, Kopi Pagi