

ABSTRAK

Embun senja merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Semarang dimana dalam sehari mampu menarik konsumen sebanyak 500-1.000 orang. Segmentasi pasar pada awalnya terfokus pada masyarakat umum, namun seiring dengan berkembangnya pasar maka segmentasi pasarnya adalah kalangan mahasiswa padahal harga yang ditawarkan relatif mahal dibandingkan kompetitor lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga promosi, dan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada *Coffee Shop* Embun Senja, Semarang.

Penelitian ini tergolong analisis kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui hasil kuisioner responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Kota Semarang sedangkan sampel penelitian ini ditetapkan sebesar 100 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, promosi, dan harga berpengaruh positif signifikan sedangkan penggunaan QRIS berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penggunaan QRIS tidak berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian karena mayoritas Coffee Shop di area Tembalang dan Banyumanik (kompetitor) sudah menggunakan QRIS sebagai transaksi pembayaran non-tunai sehingga dalam hal ini memberikan persepsi kemudahan tetapi memberikan dampak yang signifikan bagi keputusan pembelian. Pengujian statistik menunjukkan bahwa promosi merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian diikuti variabel harga, kualitas produk, penggunaan QRIS, dan kualitas layanan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Harga Penggunaan QRIS