

ABSTRAKSI

Opa Milk Cafe nd Resto dipilih sebagai object penelitian karena keunikannya. Mulai dari pangsa pasarnya yg unik ditambah produk yang ditawarkan adalah produk baru dan spesial di area pasarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Opa Milk Cafe & Resto.

Pada penelitian ini tehnik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan terbuka dan tertutup. Metode yang digunakan dalam analisis adalah Strutural Equation Modeling (SEM). Dalam penelitian ini ada dua macam teknik analisis, yaitu Confirmatory Factor Analysis dan Regression Weight. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 120 responden.

Berdasarkan simpulan hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pihak manajemen Opa Milk dapat memperbaiki program promosi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini bisa membantu manajemen Opa Milk Cafe nd Resto dalam meningkatkan pembelian yang ada.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Citra Merek.