

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan usaha di bidang kuliner yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, para pelaku bisnis yang bergerak di bidang yang sama harus mampu menerapkan strategi yang dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Salah satu bisnis kuliner yang berkembang pesat saat ini adalah café. Salah satu café yang dapat dibilang cukup terkenal di Bandung yaitu Rooftop Coffee, Agar bisnisnya tetap bisa bersaing, Rooftop Coffee harus menyusun strategi pemasaran yang bisa menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen lama, namun dalam satu tahun belakangan ini Rooftop Coffee sedang mengalami kenaikan dan penurunan penjualan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada Rooftop Coffee. Namun juga strategi pemasaran jasa yang telah dilakukan oleh Rooftop Coffee dirasa kurang efektif hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa ulasan negatif dan *complain* melalui *platform digital* mengenai Rooftop Coffee khususnya pada dimensi harga dan *physical evidence*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian pada Rooftop Coffee Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik penentuan sample menggunakan non-probability sampling jenis *accidental sampling* dengan jumlah sample yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Rooftop Coffee yang pernah mengunjungi dan membeli produk Rooftop Coffee. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 26.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini, variabel Harga termasuk dalam kategori baik dengan persentase rata-rata 75.68%, sedangkan variabel *Physical Evidence* secara keseluruhan memiliki rata-rata persentase sebesar 77.63% dan variabel Keputusan Pembelian secara keseluruhan memiliki rata-rata persentase sebesar 52.28%. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh dari Harga dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian pada Rooftop Coffee dengan hasil uji t sebesar thitung Harga (X1) 2.711 > ttabel 1,987 dan untuk *Physical Evidence* (X2) 6.732 > ttabel 1,987 dan dengan menggunakan uji f dapat diketahui bahwa Harga dan *Physical Evidence* Secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. sebesar 66% sedangkan 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian salah satunya faktor lain yang tidak diteliti seperti lokasi, orang, promosi, produk dan proses.

Kata Kunci : Harga, *Physical Evidence*, dan Keputusan Pembelian, Rooftop Coffee