

ABSTRAK

Bober Café adalah salah satu dari sedikit kafe yang bisa bertahan cukup lama di Kota Bandung. Bober Café selalu berusaha menyajikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumennya. Beberapa tahun terakhir pertumbuhan jumlah kafe di Kota Bandung meningkat cukup tajam, yaitu sebesar 11,4% setiap tahun. Hal ini ternyata berdampak terhadap jumlah konsumen yang berkunjung ke Bober Café. Sepanjang tahun 2012 terjadi fluktuasi jumlah pengunjung yang cenderung menurun, setiap bulan, rata-rata terjadi penurunan sebesar 0,94%. Fenomena ini memaksa pihak manajemen untuk berpikir ulang bagaimana cara mempertahankan konsumen lama dan mencari konsumen baru ditengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan pada Bober Café dan bagaimana pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2008:68) kualitas produk diukur dari dimensi *performance, feature, conformance, aesthetics, reliability, perceived quality, durability* dan *serviceability*. Menurut Kotler dalam Alma (2008:284) kualitas pelayanan dapat diukur dengan indikator *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*. Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor pendorong dari proses keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2008:179) proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Jenis penelitian ini adalah studi kausal deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji linier berganda, analisis determinasi, uji korelasi ganda, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai nilai baik dengan skor sebesar 78,47%, kualitas pelayanan mempunyai nilai baik dengan skor sebesar 75,93%, proses keputusan pembelian juga mempunyai nilai baik dengan skor 75,77%. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 27%, sedangkan 73% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Bober Café is one of the few cafes which manage to survive for a long time in Bandung City. Bober Café always tries to provide quality products and the best services for its customers. In the past several years, the number of cafes in Bandung spikes sharply, which is 11,4% annually. This influences some of the costumers of Bober Café. In 2012 there were fluctuations of number of customers which lowered, average reduction every month was 0,94%. This phenomenon forces the management to rethink ways to maintain old customers and look for new customers in the intensifying competition. This study aims to discover methods to improve products' quality and service quality in Bober Café and their influence on purchasing decision process.

According to Tjjiptono (2008:68) quality of a product is measured from performance, feature, conformance, aesthetics, reliability, perceived quality, durability and serviceability dimensions. According to Kotler in Alma (2008:284) service quality can be measured by reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles indicators. Service quality and quality of products are driving factors of purchasing decision process. According to Kotler Amstrong (2008:179) purchasing decision process consists of needs recognition, information searching, evaluation of alternatives, purchasing decision and post-purchasing behaviors.

The type of this study was causal descriptive with quantitative method. This study used validity and reliability tests, descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear test, determination analysis, multiple correlation test, t-test, and F test.

The study results show that quality of products has a good score of 78.47%, service quality has a good score of 75.93%, purchasing decision process also has a good score of 75,77%. Quality of products and service quality simultaneously have a 27% influence on purchasing decision, while 73% is influenced by other factors not in this study.

Keywords : Quality of Products, Service Quality, Purchasing Decision Process