

ABSTRAK

Perusahaan perlu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Karakteristik pelanggan yang unik saat merencanakan pembelian produk dan tingkat persaingan yang menuntut pemilik perusahaan untuk meningkatkan penjualannya. Pasar industri minuman di Indonesia mengalami perkembangan pesat, sehingga mendorong produsen semakin tertarik bergerak dibidang industri minuman. Salah satu jenis industri minuman adalah Chatime dan Koi The. Chatime dan Koi The telah membuka banyak cabang perusahaan di beberapa daerah, termasuk di Bandung. Banyaknya peminat minuman bubble tea, mendorong perusahaan Chatime dan Koi The bersaing berupaya agar konsumen untuk terus membeli produk. Keputusan pembelian dipengaruhi beberapa faktor yaitu: harga dan kualitas produk minuman. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Chatime dan Koi The di Bandung. Jenis penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif. Teknik sampling menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sebanyak 100 kuesioner dikumpulkan dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda menggunakan SPSS Versi 26.

Hasil penelitian bahwa harga dan kualitas produk secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Chatime, sedangkan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Koi The sedangkan harga tidak berpengaruh. Namun secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Koi The di Bandung.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Chatime, Koi The