

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University. Adanya permasalahan pada keputusan pembelian yang tidak sesuai diidentifikasi sebagai penyebab penurunan penjualan. Hasil pra-survey menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan di Coffee Shop tersebut.

Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-kausalitas digunakan dalam penelitian ini. Sebanyak 100 responden dipilih melalui metode non-probability sampling. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Uji hipotesis melibatkan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Nilai t pada dimensi Tangible sebesar 2.076 (thitung) > 1.98447 (ttabel) dengan signifikansi $0.040 < 0.050$. Namun, pada dimensi Reliability, Responsiveness, dan Empathy, tidak ditemukan pengaruh signifikan dengan nilai thitung dan signifikansi yang tidak memenuhi kriteria. Pentingnya dimensi Assurance terlihat dari nilai thitung sebesar 2.455 > 1.98447 dengan signifikansi $0.016 < 0.050$. Sebagai kesimpulan, variabel kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian sebesar 35.4%, sementara faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 64.6%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Konsumen