

**PENGARUH CITA RASA KOPI GULAAREN, BRAND
IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA GERAI KOPI KENANGAN DI KOTA
MEDAN**

Clinton Chang¹

Cornellius Khosasi²

Program Studi Management

Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Pola kehidupan konsumsi kopi kini telah populer di kalangan masyarakat. Hal ini dapat dengan sangat mudah terlihat dengan banyaknya bermunculan kedai kopi kekinian. Kopi Kenangan merupakan salah satu gerai Kopi yang cukup terkenal di Indonesia. Menu andalan adalah kopi susu gula aren campuran susu segar dan gula aren. Dijuluki dengan "kopi kekinian" yang menu utama dan best seller nya adalah kopi kenangan mantan gula aren. Kajian ini tujuannya guna mengevaluasi pengaruh Cita Rasa Kopi Gula Aren, *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Gerai Kopi Kenangan di Kota Medan. Populasi riset ini mencakup para konsumen yang sudah melaksanakan transaksi pembelian pada perusahaan tersebut. Jumlah sampel 100 konsumen ditentukan menggunakan pendekatan perhitungan Lemeshow dengan tingkat kesalahan yang 5%. Teknik penarikan sampel dilaksanakan dengan *accidental sampling*, yakni siapapun pembeli yang dijumpai dan memenuhi kriteria penelitian. Temuan kajian menyatakan bahwasanya variabel cita rasa kopi gula aren, citra merek (*brand image*), serta harga berdampak pada penentuan pilihan membeli pada Gerai Kopi Kenangan di Kota Medan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan tersebut.

Kata Kunci: Cita Rasa, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian.