

ABSTRAK

Peneliti mengambil objek pada Starbucks Coffee yang terletak di Manhattan Time Square Medan di Jln. Gatot Subroto, Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Starbucks. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yaitu harga, pelayanan, dan merek. Harga produk seringkali menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, konsumen akan mempertimbangkan nilai produk tersebut sesuai dengan harga yang mereka bayar. Kualitas produk atau layanan merupakan faktor penting lainnya yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, konsumen cenderung memilih produk atau layanan yang dianggap memiliki kualitas yang baik dan memenuhi kebutuhan atau harapan mereka. Citra merek juga memiliki pengaruh yang signifikan, konsumen seringkali memilih produk atau layanan dari merek yang sudah dikenal atau memiliki reputasi baik.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah koefisien determinasi pengujian secara simultan (Uji-F), dan pengujian secara parsial (Uji-T). Populasi yang diambil adalah 96 orang responden yang mengunjungi Starbuck Coffee yang terletak di Manhattan Time Square Medan di Jln. Gatot Subroto, Medan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.