

ABSTRAK

Persaingan yang terjadi di dalam bisnis café ialah merupakan hal yang pasti terjadi didalam sektor bisnis salah satunya yaitu pada sektor bisnis café. Didalam bisnis café bisa diketahui permasalahan yang sering muncul ialah yaitu tentang strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Café Vivre.sub yang berada pada Jl. Sonokembang No.2. Embong Kaliasin, Genteng, Surabaya.

Jenis penelitian ini menggunakan data yang bersifat kausal komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara membagikan kuisioner, sampel yang digunakan ialah sebanyak 96 orang dan sampel ditentukan menjadi 100 orang guna mengantisipasi kuisioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian atau pengolahan data. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan pada Café Vivre.sub.

Kata kunci: Strategi diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Competition among cafe is a common thing that happens within the bussines sector. The commn problems are namely differentiati strategy, brand image, product qualiaty and price. Therefore, this research aimed to analyze the effect of differentiation strategy, brand image, product quality and price on customers' buying decision of Vivre Sub Cafe which was located at Jl.Sonokembang number 2, Embong Kaliasin, Genteng Surabaya.

This research was causal-comparative with quantitative approach. Moreover the instrument in data collection technique used quistionnaires. The quistionnaires were distributed directly to respondents. In line with, there were 100 samples of respondents. Furthermore, the daa analysis tehnikue used multiple linear regression, validity and reliability tests.

The research result concluded that differentiation strategy had a positive and significant effect on customers' buying decision of Vivre Sub Cafe. Likewise, brand image had a positive and significant effect on customers' buying decision of Vivre Sub Cafe. Similary, both product quality and price had a positive and significant effects on customers' buying decision of Vivre Sub Cafe.

Keywords: Differentiation Strategy, Brand Image, Product Quality, Price, and Buying decision